

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Kampanye

Kampanye merupakan sebuah kegiatan komunikasi yang direncanakan, moderat, terbuka, toleran, dan konsisten dalam kurun waktu tertentu yang bertujuan dengan sistem persuasif. narasumber (komunikator) yang jelas (Ruslan, 2013). Namun, Rose (2010) mengatakan bahwa kampanye adalah cara komunikasi masyarakat yang mendorong jumlah besar orang untuk bertindak berdasarkan urgensi dengan memengaruhi khalayak sasaran. Kampanye dilaksanakan dengan publik dengan memotivasi orang-orang untuk tujuan yang baik. Rose (2010, hlm. 6) juga menambahkan bahwa kampanye yang berjalan efektif tidak selesai pada solusi, tetapi juga memberikan banyak solusi dari hasil kegiatan. Berdasarkan dua pemaparan tersebut, maka kampanye adalah sebuah kegiatan komunikasi terencana yang memiliki tujuan untuk membujuk, memotivasi, serta mengubah pola pikir sekelompok orang yang dilakukan dalam durasi waktu tertentu. Menurut Ruslan (2013) terdapat ciri-ciri yang dimiliki oleh sebuah kampanye, yaitu;

1. Mempengaruhi kegiatan publik
2. Melakukan bujukan untuk memotivasi khalayak tertentu,
3. Memiliki tujuan yang
4. Pelaksanaannya seksama dan dengan narasumber yang kompeten
5. Dilaksanakan dalam kurun waktu yang ditentukan secara terorganisasi dan terencana

##### 2.1.1 Jenis Kampanye

Menurut Ruslan (2013) kampanye berhubungan dengan suatu kepentingan, tujuan, khalayak sasarannya, rangka kegiatan, dan juga motivasi yang ingin dicapai penyelenggara. Menurut Larson

(1992) dalam Ruslan (2013), terdapat beberapa jenis kampanye yang terbagi sebagai berikut:

1) Product-Oriented Campaigns

Kegiatan kampanye berfokus pada suatu promosi produk

2) Candidate-Oriented Campaigns

Kegiatan kampanye yang digunakan untuk melakukan dukungan pada calon tertentu untuk memenangkan suatu wilayah tertentu

3) Ideological or Cause-Oriented Campaigns

Kegiatan kampanye yang tujuannya untuk merepresentasikan dan memperkenalkan ideologi baru

### 2.1.2 Aspek Kampanye

Menurut Pfau dan Parrot (1993) dalam Ruslan (2013), kegiatan kampanye selalu berhubungan dengan komunikasi persuasif

1) Kampanye yang secara sistematis akan membuat khalayak menentukan produk, jasa atau hal lainnya

2) Melalui sejumlah langkah strategis, kampanye bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan, termasuk menarik perhatian audiens, menyebarkan tema kampanye, memberikan motivasi untuk bertindak, serta mengajak audiens untuk terlibat secara konkret..

3) Suatu kampanye yang berhasil harus mampu mengemas pesan dan ide secara dramatis, memotivasi audiens target untuk terlibat dalam kegiatan yang diusung oleh kampanye, baik dalam bentuk partisipasi simbolis maupun tindakan nyata.

4) Kerjasama dengan media massa memiliki dampak besar terhadap kesuksesan kampanye yang populer. Hal ini dapat terlihat dari kemampuan kampanye untuk menarik perhatian, meningkatkan kesadaran, memperoleh dukungan, dan mengubah perilaku audiens sasaran. Menurut Ruslan (2013), komunikasi persuasif dalam kampanye pada dasarnya bertujuan untuk mengubah atau memperkuat sikap, pandangan, ideologi, dan perilaku masyarakat

sesuai dengan keinginan komunikator atau penyelenggara kampanye, baik secara sukarela maupun tanpa disadari.

### **2.1.3 Tujuan Kampanye**

Jackson (1997) dalam Ruslan (2013) menjabarkan beberapa tujuan kampanye. Adapun tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

#### **1) *Public awareness***

Kampanye yang bertujuan untuk menyadarkan khlayak umum dan kepentingan umum

#### **2) *Offer information***

Kampanye bertujuan untuk menyampaikan informasi terkait suatu program kampanye kepada publik, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Jenis informasi yang disampaikan cenderung bervariasi tergantung pada jenis target audiens yang ingin dicapai.

#### **3) *Public education***

Kampanye berusaha mendidik publik dengan mengedepankan prinsip-prinsip etika, kebijaksanaan, proporsionalitas, dan humanisme. Dalam upayanya, kampanye menggunakan materi dan kegiatan yang bersifat persuasif atau bernilai pendidikan.

#### **4) *Reinforce the attitudes and behavior***

Melalui penggunaan positioning statement dari narasumber, kegiatan kampanye memiliki potensi untuk memperkuat ideologi yang diusung atau mengubah perilaku audiens sasaran..

#### **5) *Behavior modification***

Kampanye dapat mengubah perilaku dan keyakinan publik mengenai program sosial tertentu.

### **2.1.4 Perancangan Kampanye**

Menurut Gregory (1996) dalam Ruslan (2013), terdapat sepuluh tahapan logis dalam perancangan kampanye. Adapun proses yang dimaksud adalah sebagai berikut:

### 1) Analisis

Pada tahap awal perancangan kampanye, dilakukan dua jenis analisis, yaitu analisis SWOT dan analisis PEST. Analisis SWOT memeriksa kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threat) dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi faktor-faktor internal maupun eksternal yang dapat memengaruhi kampanye. Di sisi lain, analisis PEST digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal seperti politik, ekonomi, sosial, teknologi, isu-isu dalam masyarakat, dan opini publik yang dapat mempengaruhi strategi dan implementasi kampanye.

### 2) Tujuan

Penyelenggara kampanye merencanakan tujuan yang ingin diraih melalui kampanye. Tujuan yang dibuat meliputi tujuan jangka panjang (strategi) dan tujuan jangka pendek (taktik pelaksanaan).

### 3) Publik atau Audience

Tahapan ini menentukan siapa yang menjadi khalayak sasaran perancangan program kampanye. Menurut Grunig (1992) dalam Ruslan (2013), terdapat tiga bentuk publik:

#### a. Latent public

Publik yang tersembunyi atau sulit untuk ditemukan keberadaannya.

#### b. Aware public

Publik yang peduli dan mudah dikenali keberadaan serta kegiatannya.

#### c. Active public

Publik yang aktif dan selalu berkaitan langsung dengan kegiatan.

Ruslan (2013) mengatakan ada empat kategori publik dalam bereaksi dengan isu yang sedang berkembang, antara lain:

#### a. All issue public

Publik yang yang menanggapi isu yang sedang aktif  
fiteeeengah masyarakat

b. Single issue public

Publik yang hanya tertarik pada isu tertentu saja

c. Hot issue public

Publik yang bereaksi pada isu yang viral saja

d. Apathetic public

Publik yang tidak memedulikan isu yang sedang terjadi

4) Pesan

Ruslan (2013) menguraikan empat langkah kunci dalam menetapkan pesan kampanye, meliputi:

1. Memeriksa perspektif umum terhadap hasil penelitian untuk menilai penerimaan atau penolakan pesan oleh publik.
2. Mengevaluasi keinginan publik untuk mengubah pandangan tentang tema yang akan dibahas dan menentukan tindakan yang diperlukan berdasarkan temuan tersebut.
3. Melakukan identifikasi unsur-unsur persuasif dan edukatif yang sesuai dengan preferensi audiens sasaran.
4. Menyampaikan pesan melalui media tertentu dengan tingkat kredibilitas yang tinggi.

5) Strategi

Menurut Gregory (1996) dan Ruslan (2013), strategi adalah metode umum yang biasanya dilakukan untuk menyelesaikan sebuah kampanye dalam waktu yang tepat dan rinci, bertujuan untuk menentukan cara yang efektif, pesan dan tema kampanye sesuai target.

6) Taktik

Taktik utama kampanye dan tujuan harus langsung terkait dengan taktik yang digunakan. Ada sejumlah komponen yang mempengaruhi taktik. antara lain:

- a. Appropriateness, kesesuaian antara teknik pelaksanaan kampanye, khalayak publik terpilih, hasil kampanye, dan pesan kampanye, hingga media yang digunakan selama kampanye berlangsung.
- b. Deliverability, kemampuan pelaksana kampanye untuk menggunakan teknik-teknik komunikasi sehingga keberhasilan kampanye dapat dicapai.

7) Skala Waktu

Rencana waktu merupakan bagian yang penting untuk melaksanakan kampanye sehingga dibuat dengan rinci dan tepat sasaran.

8) Sumber Daya

Selanjutnya penyelenggara kampanye akan mencari sumber daya yang terdiri atas, sumber daya manusia, sumber daya operasional, dan sumber daya transportasi.

9) Evaluasi

Penyelenggara kampanye akan melakukan penilaian untuk hasil kampanye yang sudah diselenggarakan dan ditinjau dengan tujuan awal kampanye.

10) Peninjauan

Peninjauan tiap tahun dilakukan untuk menilai hasil kampanye yang dilakukan

### 2.1.5 Media Kampanye

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan antara komunikator dengan komunikan. Terdapat beberapa golongan media dalam kampanye, yaitu:

- 1) Media umum

- 2) Media massa
- 3) Media khusus, media yang memiliki tujuan promosi dan komersial yang efektif dengan memasukkan identitas perusahaan.
- 4) Media internal, media yang digunakan demi kepentingan kalangan terbatas dan tidak komersial.

### 2.1.6 Strategi Kampanye

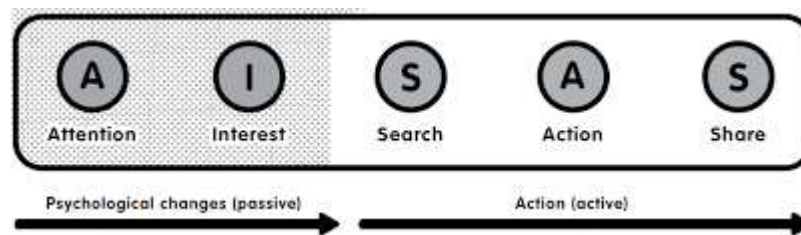
Strategi komunikasi adalah komponen penting dalam perancangan kampanye. Ruslan (2013) mengatakan bahwa strategi pada dasarnya adalah merencanakan dan mengelola cara untuk mencapai tujuan tertentu.. Komunikasi yang efektif meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Bagaimana mengubah sikap
- 2) Mengubah pandangan
- 3) Mengubah tindakan.

Selain itu juga dijelaskan bahwa tujuan komunikasi, antara lain:

- 1) Mewujudkan terjadinya komunikasi dalam satu waktu
- 2) Terjadinya respon menerima dalam komunikasi
- 3) Memotivasi sebuah tindakan
- 4) Mencapai tujuan yang diinginkan komunikator.

Dalam mencapai tujuan kampanye, penulis menggunakan beberapa tahapan. Penulis akan menggunakan AISAS, model struktur kebiasaan konsumsi yang dibuat oleh Sugiyama dan Andree, sebagai salah satu model proses perjalanan kampanye.

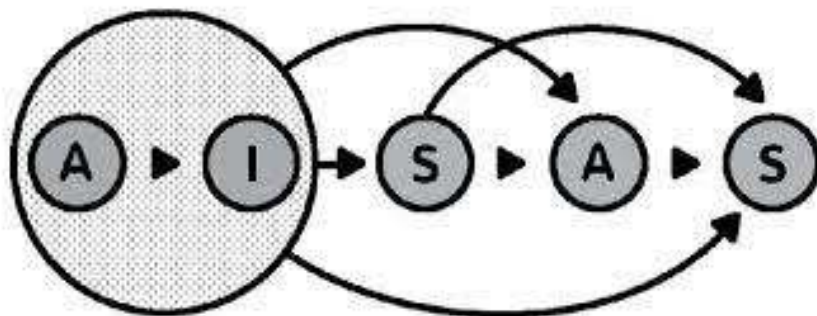


Gambar 2. 1 Strategi Kampanye AISAS

Sumber :KC UMN

Pada dasarnya, AISAS bekerja dengan cara khalayak dihadapkan dengan munculnya kesadaran akan sebuah produk, jasa atau kampanye (*attention*) dan akan memunculkan ketertarikan (*interest*) akan hal tersebut, menyebabkan khalayak menjadi mencari tahu informasi (*search*) yang telah disebarluaskan melalui media internet atau dari orang sekitar lainnya.. Setelah khalayak sudah mendapatkan keyakinan yang cukup maka tahap selanjutnya adalah bertindak (*action*). Titik selanjutnya adalah khalayak akan membagikan informasi kampanye melalui media internet atau media lainnya yang dikenal sebagai (*sharing*).

AISAS tidak hanya bekerja secara linear (Sugiyama & Andree, 2011). Ada kemungkinan terjadinya perpindahan dan loncatan dari satu tahap ketahap lainnya yang harus digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kampanye. Sehingga pada masing-masing tahap memiliki kolerasi yang tinggi.



Gambar 2. 2 Proses Kerja Alur AISAS

Sumber:

<https://www.researchgate.net/publication/363869825/figure/fig1/A'S:11431281086759328@1664329420597/Gambar-3-AISAS-sebagai-Model-Non-Linear.png>

Agar khalayak sasaran dapat berinteraksi dengan tema yang diangkat, Sugiyama dan Andree (2011) menyatakan mengatakan bahwa diperlukan media yang tepat dalam membantu menyampaikan arah kampanye dengan interaksi yang menarik. Interaksi menarik yang dimaksud adalah penggunaan media yang bervariasi sehingga ketika



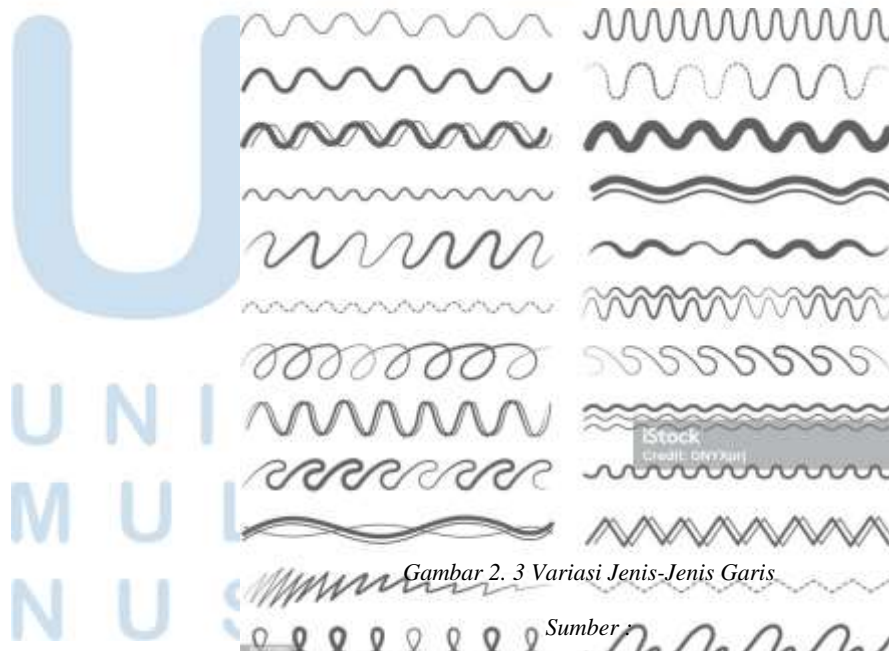
orang lain melihat akan mendapatkan perasaan yang berbeda. bahwa perlu ada media yang dapat membantu interaksi mereka dengan kampanye yang dirancang. Dalam garfik menunjukkan bahwa AISAS dapat membantu mewujudkan kampanye yang menarik

## 2.2 Teori Desain

Menurut Landa (2014), desain grafis dapat diidentifikasi sebagai bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada penonton. Desain grafis merupakan representasi visual dari ide yang bergantung pada perancangan, pemilihan, dan penyusunan elemen-elemen visual.

### 2.2.1 Garis

Landa (2014) mengemukakan bahwa garis dapat dianggap sebagai perpanjangan dari titik, bahkan sebagai jalur yang dihasilkan oleh pergerakan titik. Garis memiliki peran penting dalam komunikasi visual dan komposisi artistik. Sifat garis dapat bervariasi, termasuk melengkung, lurus, atau membentuk sudut. Selain itu, garis memiliki kemampuan untuk mengarahkan perhatian pengamat.



Gambar 2. 3 Variasi Jenis-Jenis Garis

Sumber :

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fwww.istock>

Menurut Landa, garis dapat memiliki berbagai kualitas, seperti tegas atau lembut, halus atau kasar, tebal atau tipis, dan sebagainya...

Terdapat kategori di dalam garis, antara lain:

- 1) Garis utuh: sebuah tanda yang digambar di atas sebuah permukaan
- 2) Garis tersirat: garis yang tidak berlanjut namun orang yang melihatnya sebagai garis yang berlanjut
- 3) Ujung: titik temu atau garis pembatas antara bentuk dan *tone*
- 4) Garis penglihatan: pergerakan mata dari seseorang ketika melihat komposisi, biasanya disebut sebagai garis dari pergerakan atau garis directional

Terdapat beberapa fungsi garis, antara lain:

- 1) Membentuk bentuk, ujung, wujud, menciptakan gambaran, tulisan, dan pola
- 2) Membuat sebuah bentuk wilyahan atau batasan
- 3) Membentuk komposisi dalam bentuk visual
- 4) Memberikan visualisasi garis pandang
- 5) Menciptakan ekspresi linear

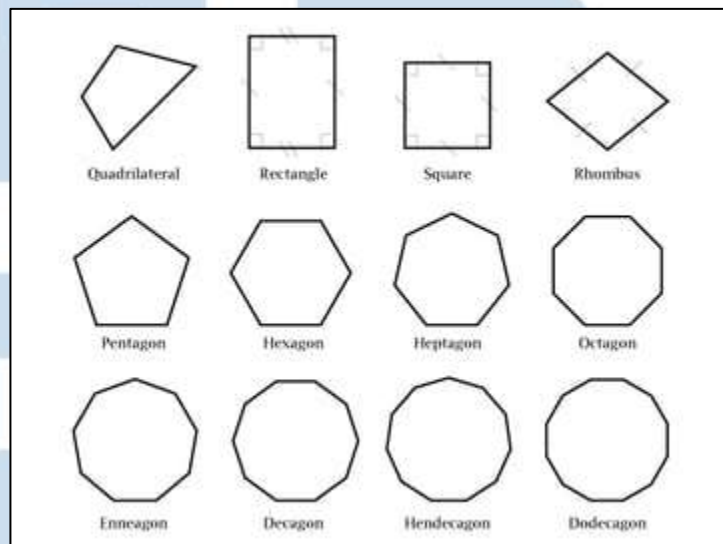
### 2.2.2 Bentuk

Bentuk dapat didefinisikan sebagai konfigurasi atau area permukaan dua dimensi yang dibentuk sebagian atau sepenuhnya oleh garis (kontur), warna, tone, atau tekstur. Gambar pada dasarnya bersifat datar, artinya memiliki dua dimensi yang dapat diukur baik dalam tinggi maupun lebar. Kualitas gambar diberikan oleh representasi bentuk (Landa, 2014, hlm. 21).

Menurut Landa (2014), ada tiga bentuk dasar umum, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Namun, setiap bentuk dasar memiliki variasi bentuk yang padat atau volumetrik, seperti kubus,

piramida, dan bola. Selain itu, terdapat berbagai jenis bentuk lainnya.:

- 1) Bentuk geometris: bentuk yang terdiri dari ujung lurus, sudut yang dapat dihitung, atau lengkungan yang presisi.



Gambar 2. 4 Variasi Bentuk Geometris

Sumber : <https://cms-assets.tutsplus.com/cdn-cgi/image/width=360/uploads/users/110/posts/22346/image/termin3.png>

Beberapa contoh bentuk-bentuk geometris adalah seperti pada gambar diatas.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

- 2) Bentuk organis, atau biomorphic: Bentuk yang terbentuk dari lengkungan atau ujung yang bergelombang, sehingga terlihat alami, dapat digambarkan dengan presisi atau secara bebas.



Gambar 2. 5 Variasi Bentuk Organik

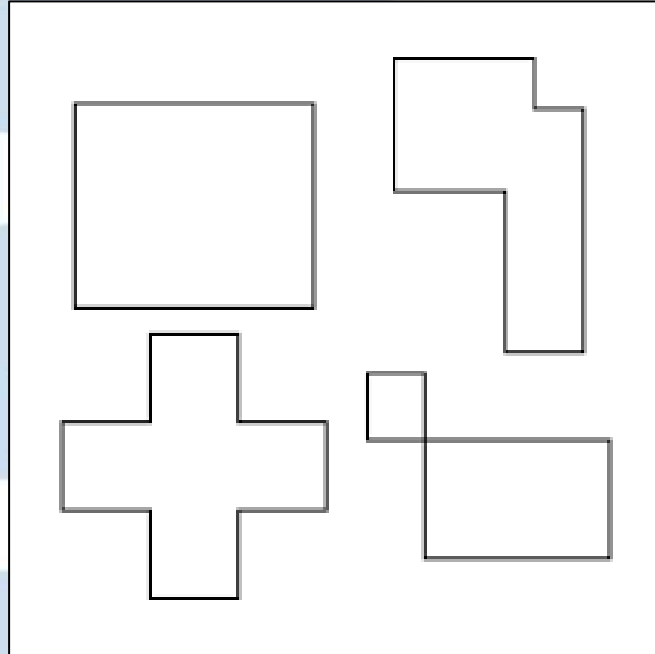
Sumber :

[https://media.istockphoto.com/id/1278808026/id/vektor/pola-mulus-  
abstrak-dengan-bentuk-organik-dan-geometris-yang-  
ditarik-dengan-tangan-  
cetak.jpg?s=612x612&w=0&k=20&c=cxrNiA4mIVINWST7ZhZU  
7eXBqGnGq48874eyM3ncJOE=](https://media.istockphoto.com/id/1278808026/id/vektor/pola-mulus-abstrak-dengan-bentuk-organik-dan-geometris-yang-ditarik-dengan-tangan-cetak.jpg?s=612x612&w=0&k=20&c=cxrNiA4mIVINWST7ZhZU7eXBqGnGq48874eyM3ncJOE=)

Bentuk ini sering kali mencerminkan keadaan alam atau unsur organik, dan memberikan kesan yang lebih organik dan kurva alami. Berikut adalah contoh bentuk organik tertera pada gambar diatas..

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

- 3) Rectilinear: Merupakan gambar terdiri atas sudut dan garis  
Gambar di atas adalah salah satu bentuk rectilinear dengan garis



Gambar 2. 6 Variasi Bentuk Rectilinear

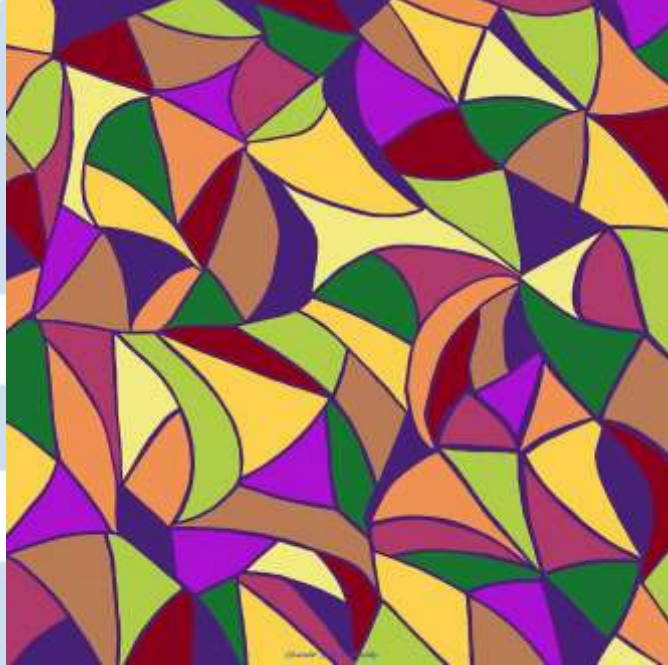
Sumber :

<https://englishlib.org/dictionary/wlibrary/r/60315e52194a25.01938191.jpg>

dan sudut

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

- 4) Irregular: bentuk yang terdiri dari kombinasi garis lurus dan bergelombang.



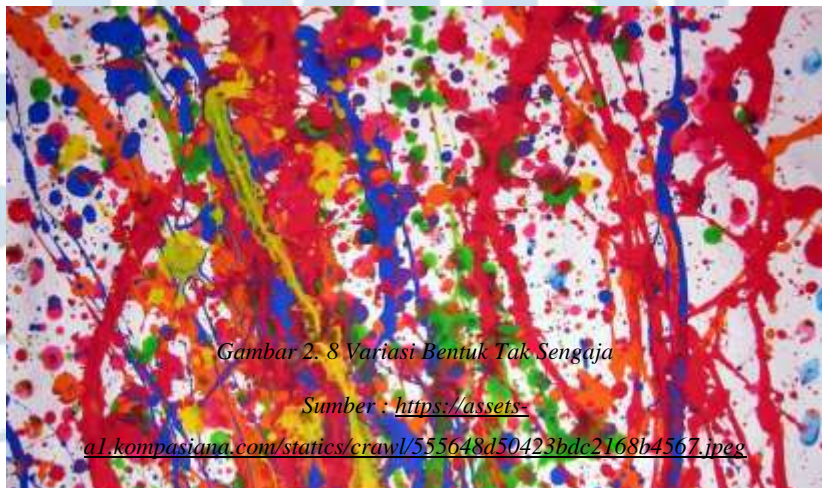
*Gambar 2. 7 Variasi Bentuk Irregular*

*Sumber :*

*<https://images.fineartamerica.com/images/artworkimages/mediumlarge/2/colorful-irregular-shapes-chante-moody.jpg>*

Gambar diatas adalah contoh bentuk irregular atas garis lurus dan gelombang

- 5) Bentuk tak sengaja: Bentuk tak sengaja, seperti yang dijelaskan, merujuk pada bentuk-bentuk yang muncul tanpa disengaja



*Gambar 2. 8 Variasi Bentuk Tak Sengaja*

*Sumber : <https://assets->*

*[a1.kompasiana.com/statics/crawl/555648d50423bdc2168b4567.jpeg](https://assets-)*

sebagai hasil dari bahan, proses tertentu, atau kejadian ketidaksengajaan. Contohnya termasuk efek dari gesekan, tumpahan tinta, atau dampak dari proses alami atau kejadian tak terduga lainnya. Bentuk tak sengaja dapat memberikan elemen kejutan dan ketidakdugaan dalam seni atau desain, menciptakan dimensi yang tidak terduga dan organik. entuk yang merupakan hasil dari bahan dan/atau proses tertentu (contoh, gesekan) atau ketidaksengajaan (contoh, tumpahan tinta)

Gambar diatas adalah contoh bentuk gambar yang tidak disengaja dari tumpahan beberapa tinta cat

- 6) Bentuk tidak bertujuan: Bentuk yang diciptakan dan tidak didasari dari penggambaran visual apapun disebut sebagai bentuk non-representasional. Bentuk ini biasanya tidak memiliki keterkaitan atau representasi dengan objek apapun di alam, manusia, tempat, atau benda. Bentuk non-representasional sering kali muncul sebagai ekspresi abstrak atau konseptual, dimana kreativitas dan interpretasi individual dapat lebih leluasa tanpa keterikatan pada representasi visual yang konkret.



Gambar 2. 9 Variasi Bentuk Tidak Bertujuan

Sumber : [https://2.bp.blogspot.com/-](https://2.bp.blogspot.com/-A9MZ3_pBkc/WkjW_yK0t2I/AAAAAAAAAw0/sgznVXXYKQm0TJOJsk_XCIvnsR94diagCLcBGAs/s1600/kaktus%252Bliar.jpg)

[A9MZ3\\_pBkc/WkjW\\_yK0t2I/AAAAAAAAAw0/sgznVXXYKQm0TJOJsk\\_XCIvnsR94diagCLcBGAs/s1600/kaktus%252Bliar.jpg](https://2.bp.blogspot.com/-A9MZ3_pBkc/WkjW_yK0t2I/AAAAAAAAAw0/sgznVXXYKQm0TJOJsk_XCIvnsR94diagCLcBGAs/s1600/kaktus%252Bliar.jpg)

Gambar diatas adalah contoh dari bentuk yang tidak bertujuan

- 7) Bentuk abstrak: Bentuk yang merujuk pada penyusunan yang sederhana atau kompleks, distorsi, atau perubahan dari sesuatu yang biasanya digunakan untuk kebutuhan komunikasi atau sebagai pembeda gaya disebut sebagai bentuk stilasi. Stilasi melibatkan penyederhanaan, distorsi, atau perubahan dari bentuk asli untuk mencapai efek visual atau komunikatif tertentu. Gaya stilasi dapat bervariasi mulai dari representasi yang sangat abstrak hingga interpretasi yang lebih naturalistik, tergantung pada tujuan artistik atau desain yang diinginkan.



*Gambar 2. 10 Variasi Bentuk Abstrak*

Sumber : <https://www.pelajaran.co.id/wp-content/uploads/2018/05/Seni-Abstrak.jpg>

Gambar diatas adalah contoh bentuk abstrak

- 8) Bentuk Representasi:
- 9) Bentuk yang mudah dikenali dan dapat mengingatkan orang pada objek yang ditemukan di sekitarnya disebut sebagai bentuk figuratif. Bentuk ini cenderung merepresentasikan atau menyerupai objek nyata, manusia, benda, atau hal-hal yang dapat diidentifikasi dengan mudah oleh pengamat. Bentuk figuratif sering kali lebih konkret dan mudah dipahami daripada bentuk-



bentuk yang lebih abstrak atau non-figuratif.



Gambar 2. 11 Variasi Bentuk Representasi

Sumber :

[https://blue.kumparan.com/image/upload/fl\\_progressive,fl\\_lossy,c\\_fill,q\\_auto:best,w\\_640/v1634025439/01gyfpthd4b2gb5s2p36zg3ts5.jpg](https://blue.kumparan.com/image/upload/fl_progressive,fl_lossy,c_fill,q_auto:best,w_640/v1634025439/01gyfpthd4b2gb5s2p36zg3ts5.jpg)

Gambar diatas adalah contoh bentuk representatif/ figuratif.

### 2.2.3 Grid

Panduan konstruktif yang disebut *grid* terdiri dari struktur vertikal dan horizontal yang dibagi menjadi kolom dan margin (Landa, 2014, 175). Landa (2014) juga menjelaskan bahwa *grid* memiliki kemampuan untuk menyediakan struktur kerangka yang memberikan konsistensi, kesamaan, keselarasan, dan aliran visual pada halaman digital dan cetak.. Terdapat beberapa jenis *grid*, antara lain:

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

*Single-column grid*, juga dikenal sebagai *grid* manuskrip, adalah struktur yang terdiri dari satu blok teks atau satu kolom yang



Gambar 2. 12 Single Column Grid

Sumber : <https://visme.co/blog/wp-content/uploads/2018/03/How-Grids-Can-Help-You-Create-Professional-Looking-Designs-Symmetrical-Manuscript-Grid-01.png>

dikelilingi oleh margin, ruang kosong, atau tepi kiri, kanan, atas, atau bawah halaman. *Grid* jenis ini ideal untuk media yang kecil

## 2) Multi Column Grid

Anatomi perancangan grid membantu perancang dalam memahami susunan tata letak. Kolom merupakan pengaturan vertikal yang memfasilitasi penempatan teks dan gambar. Beberapa faktor, termasuk konsep, tujuan, dan preferensi desainer terhadap tampilan konten dalam grid, memengaruhi jumlah kolom yang digunakan. Interval merujuk pada ruang di antara dua kolom. Flowline dapat diatur dengan interval yang teratur atau tidak teratur, dan mereka juga menetapkan batasan horizontal grid. Unit individu yang terbentuk dari potongan kolom vertikal dan horizontal disebut modul. Selain itu, terdapat zona ruang, yang merupakan area yang terdiri dari beberapa kelompok modul dan digunakan untuk penempatan berbagai

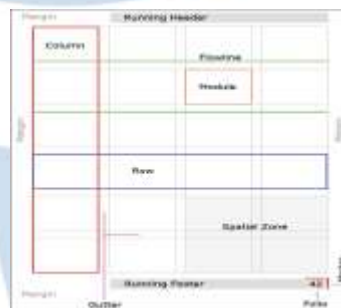
elemen grafis. Modular grid adalah salah satu jenis grid multicolumn.



Gambar 2. 13 Multi Column Modular Grid

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

Perpotongan antara kolom dan flowline membentuk berbagai modul *grid* jenis ini. Beberapa modul dapat berisi teks dan foto.



Gambar 2. 14 Pembagian Anatomi Multi Column Grid

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

*Grid* ini memiliki kemampuan untuk menggabungkan berbagai informasi menjadi satu modul atau dikelompokkan menjadi zona.

#### 2.2.4 Warna

Menurut Landa (2014), warna adalah elemen desain yang sangat kuat dan provokatif. Warna adalah sifat atau deskripsi dari

energi cahaya. Ketika cahaya mengenai suatu objek, sebagian dari cahaya tersebut tersebar, dan sisa cahaya yang tidak diserap akan direfleksikan atau dipantulkan. Warna terbentuk dari cahaya yang direfleksikan tersebut. Pigmen, yang merupakan zat kimia alami dalam objek, berinteraksi dengan cahaya untuk menunjukkan karakteristik warna yang terlihat. Landa (2014) menjelaskan bahwa warna yang kita lihat di layar biasanya merupakan energi cahaya atau gelombang cahaya, dan ini sering disebut sebagai warna digital.

Warna digital biasanya terlihat pada media berbasis layar



Gambar 2. 15 Color Wheel

Sumber : <https://thebass.org/wp-content/uploads/2020/04/colourwheel01.gif>

merupakan warna aditif atau campuran cahaya. Campuran cahaya tersebut menambahkan panjang gelombang cahaya sehingga menghasilkan variasi warna.

#### 1) Nomenklatur Warna

Terdapat tiga kategori elemen warna, yaitu:

- a) Hue

Hue merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut nama dari suatu warna. Sifat hangat atau dingin suatu warna dapat dilihat berdasarkan temperaturnya. Temperatur warna merujuk pada kesan apakah suatu warna terlihat panas atau dingin. Beberapa contoh warna hangat meliputi merah, jingga, dan kuning, sementara biru, hijau, dan ungu dianggap sebagai warna dingin. Kesegaran atau kehangatan suatu warna dapat memengaruhi persepsi visual dan emosional dalam desain dan seni.

b) Value

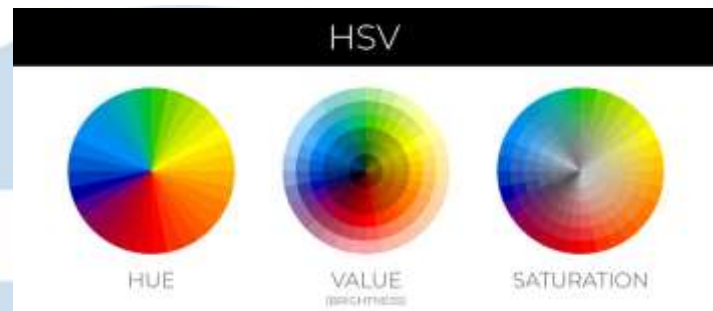
Value merujuk pada tingkat kecerahan atau kegelapan suatu warna. Untuk mengatur hue, warna hitam dan putih dapat ditambahkan. Penting untuk dicatat bahwa hitam dan putih bukanlah bagian dari hue, karena keduanya tidak dapat ditemukan dalam spektrum warna yang terlihat oleh mata, sehingga disebut sebagai warna akromatik atau netral (Landa, 2014, hlm. 26). Dalam value, terdapat tiga aspek, yaitu shade (ketika warna ditambahkan dengan hitam untuk mendapatkan tingkat kegelapan), tone, dan tint (ketika warna ditambahkan dengan putih untuk mendapatkan tingkat kecerahan).

c) *Saturation*

*Saturation* merupakan tingkat kecerahan atau kekusaman sebuah warna. Kroma dan intensitas

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

merupakan sinonim dari *saturation*.



Gambar 2. 16 Diagram HSV

Sumber : <https://media.istockphoto.com/id/1359641182/id/vektor/teori-warna-hsv-atau-hue-saturasi-nilai-grafik-ilustrasi.jpg?s=170667a&w=0&k=20&c=NJkweocqSVpoz6FX8V4qNbtTqBBKmXsuC40QvrXy1U=>

## 2) Perpaduan Warna

Warna yang terbentuk dari masing-masing gelombang sinar akan memberikan berbagai jenis kombinasi yang terbagi atas:

### a) Complementary *Color*

Complementary *color* adalah perpaduan warna yang memiliki kontras yang berlawanan. Pada *Color Wheel* warna ini adalah warna yang berlawanan satu sama lain contohnya warna merah dan hijau membentuk Complementary *Color*

### b) Analogous *Color*

Analogous *color* adalah perpaduan warna yang terletak bersebelahan pada diagram *color wheel* dan memiliki suhu warna yang sama antara panas dan dingin contohnya adalah warna merah, oranye, dan kuning

### c) Triadic *Color*

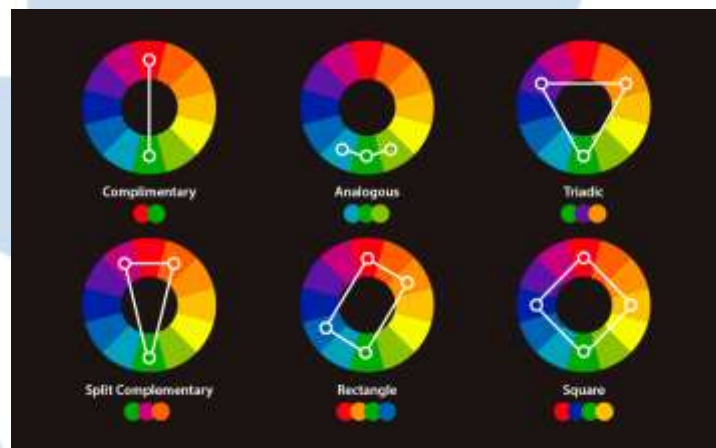
Triadic *color* adalah pembagian warna yang membentuk pola segitiga sama sisi pada diagram *color wheel* contohnya adalah warna hijau, ungu, dan oranye

d) *Split Complementary Color*

*Split complementary color* adalah warna yang diambil berdasarkan lawan warna dari salah satu *complementary color*, contohnya adalah warna ungu, orange dan hijau

e) *Tetradic Color*

*Tetradic color* adalah pembagian warna yang membentuk persegi panjang pada diagram *color wheel* tersusun atas 4 warna dengan perbandingan 2 warna panas dan dingin sebagai contoh warna merah, orange, hijau, dan biru



Gambar 2. 17 Diagram Perpaduan Warna

Sumber :

3) Psikologi Warna

Menurut Sherin (2012), warna memberikan makna dan juga menggugah emosi. Psikologi warna memiliki hubungan baik secara teoretis maupun saintifik bagi desainer. Warna juga memiliki dampak untuk memotivasi dan mengubah sikap. Pemilihan warna yang tepat mampu memberikan makna dan juga respon yang baik terhadap orang yang melihatnya. St. Clair (2017) menjelaskan berbagai makna

warna berdasarkan sejarah maupun budaya, berikut adalah penjelasan yang dimaksud:

- a) Putih: Putih dianggap sebagai simbol cahaya (cahaya bulan dan sinar matahari), penghormatan, kemurnian, kebenaran, kedamaian, kepolosan, kebersihan, kesederhanaan, keamanan, kerendahan hati, kehidupan..
- b) Hitam: Hitam melambangkan ketidakhadiran, misteri, kejahatan, kematian, ketakutan, kekosongan, kegelapan, keseriusan, konvensionalitas, pemberontakan, anarkisme, kesedihan.
- c) Abu-abu: Abu-abu adalah kombinasi putih dan hitam. Artinya, kerendahan hati, rasa hormat, hormat, stabilitas, kehalusan, usia tua atau uban, pesimisme, kebosanan, pembusukan, kebodohan, polusi, urbanitas, netralitas, duka, dan formalitas.
- d) Merah: Merah melambangkan gairah, kekuatan, agresi, hasrat, energi, api, seks, cinta, romansa, kegembiraan, panas, kesombongan, ambisi, kepemimpinan, keberanian, kejantanan, kekuasaan, bahaya, darah, perang, kemarahan, revolusi, dan radikalisme.
- e) Kuning: Kuning biasanya melambangkan sinar matahari, kegembiraan, kebahagiaan, optimisme, kecerdasan, idealisme, spiritualitas, kekayaan (emas), musim panas, harapan, liberalisme, keajaiban, kegembiraan, keramahan, dan persahabatan.
- f) Biru: Biru menciptakan perasaan kewalahan. Hal ini dipandang sebagai dapat dipercaya, dapat diandalkan dan simbol komitmen. Ini adalah warna langit dan laut, dan menimbulkan perasaan istirahat, ketenangan. Itu menenangkan, mendinginkan dan membantu intuisi.

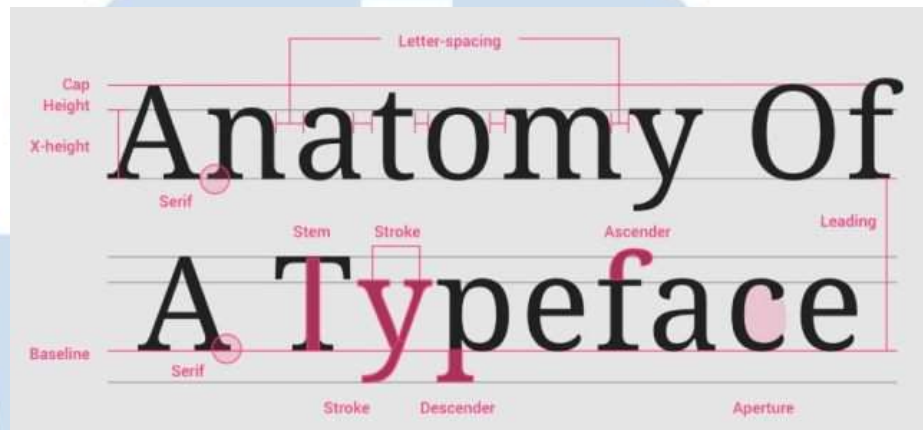


- g) Oranye: Oranye biasanya melambangkan pengorbanan (terutama kostum sanyasi berwarna oranye), kebahagiaan, energi (matahari terbit), keseimbangan, panas, api, antusiasme, flamboyan, keceriaan, dan keinginan.
- h) Hijau: Hijau melambangkan kecerdasan, alam (hutan hijau), musim semi, kesuburan, masa muda, lingkungan hidup, kekayaan, uang, kemakmuran, keberuntungan, semangat, kemurahan hati, rumput, kedinginan, kehidupan, bumi keabadian, ketulusan, pembaharuan, kelimpahan alam, pertumbuhan, kesehatan, keseimbangan, harmoni, stabilitas, ketenangan, dan kecerdasan kreatif.
- i) Ungu: Ungu adalah kombinasi merah dan biru. Melambangkan royalti, bangsawan, iri hati, sensualitas, spiritualitas, kreativitas, kekayaan, kosmos, upacara, misteri, kebijaksanaan, pencerahan, kebanggaan, dan romantisme.
- j) Coklat: Coklat melambangkan ketenangan, keberanian, kedalaman, organisme alami, alam, kekayaan, kesederhanaan, stabilitas, tradisi, anakronisme, fasisme, kebosanan, kebodohan, kekotoran, beban, kemiskinan, kekasaran, bumi, kebaikan, ketabahan, kesederhanaan, keramahan, dan ketergantungan.

### 2.2.5 Tipografi

Menurut Landa (2012), *typeface* adalah desain karakter yang konsisten dengan karakteristik visual yang sama. Karakter tersebut dibuat dengan gaya tertentu, yang membuat esensi *typeface* tetap mudah dikenali meskipun *typeface* tersebut diubah. Dalam desain tipografi, huruf biasanya diukur dengan unit pica atau point. Point mengukur tinggi huruf atau garis, dan point mengukur lebar huruf atau garis. Selain dua unit ini,

unit lain yang biasa digunakan pada teks di layar termasuk pixel, persentase, dan "em", yang digunakan untuk mengukur lebar huruf besar. (hlm. 44). Anatomi karakter teks dapat dilihat di sini:



Gambar 2. 18 Anatomi Tipografi

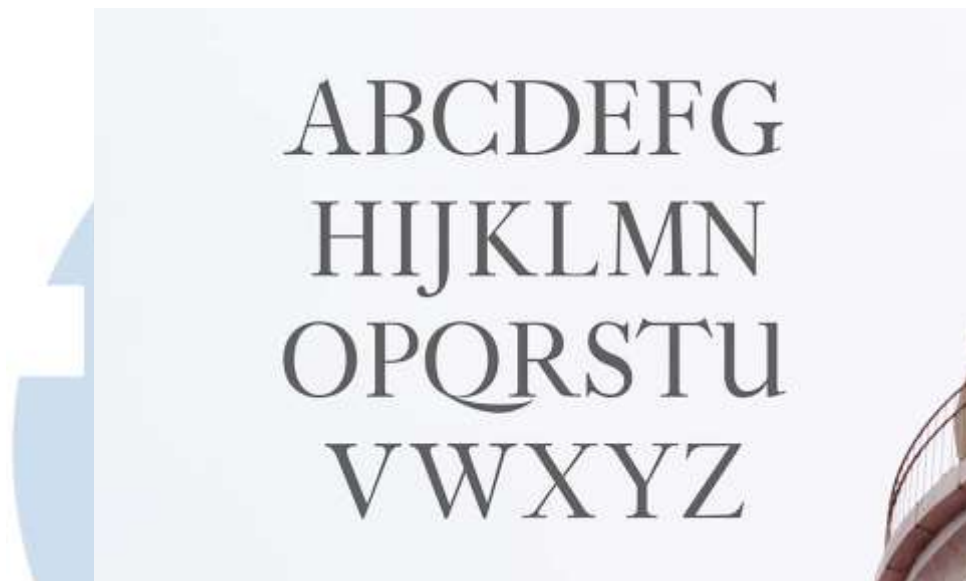
Sumber : <https://1.bp.blogspot.com/-P-wmytmLYrc/YD-BOc2V1uI/AAAAAAAAATUk/X7ta5240yegmpnPiq5QMhkMEIbFRTArbQCLcBGAsYHQ/s16000/Anatomi%2BHuruf.jpg>

Terdapat beberapa klasifikasi dari *typeface* seiring dengan berkembangnya zaman. Berdasarkan klasifikasi tersebut, penulis memilih beberapa jenis *typeface* yang disesuaikan dengan kebutuhan perancangan, antara lain:

1) Serif

Serif merupakan jenis *typeface* yang memiliki ujung stroke baik di ujung atas maupun ujung bawah sebuah karakter huruf.





Gambar 2. 19 Font Serif

Sumber : [https://res.cloudinary.com/mainkind-com/image/upload/v1625430776/Tipografi/Adallyn-Serif-Font-2\\_vgtqct.jpg](https://res.cloudinary.com/mainkind-com/image/upload/v1625430776/Tipografi/Adallyn-Serif-Font-2_vgtqct.jpg)

2) San-serif

Salah satu karakter dari jenis karakter huruf ini adalah tidak adanya serif atau ujung stroke pada huruf.



Gambar 2. 20 Font Sans-Serif

Sumber : <https://sekolahdesain.com/wp-content/uploads/2018/04/bebas.jpg>

3) Script

Jenis karakter huruf ini merupakan tipe karakter yang paling mirip dengan tulisan tangan. Menurut Landa (2014), script memiliki ciri yang terlihat seperti dibuat dengan pen



Gambar 2. 21 Font Script

Sumber : <https://tipspercetakan.com/wp-content/uploads/2019/03/Font-Script-1280px-x-720px.jpg>

Type *style* adalah istilah untuk jenis *font* yang berbeda. Type *style* termasuk berat (*light*, *medium*, *bold*), lebar (*condensed*, *regular*, *extended*), dan *angle* (*roman* atau *upright* atau *italic*). Type family adalah kumpulan variasi gaya dari *typeface*. Salah satu faktor yang harus dipertimbangkan saat memilih gaya huruf adalah *readability* dan *legibility*. Menurut Landa (2014), *readability* adalah kemampuan seseorang untuk membaca teks dengan mudah, sedangkan *legibility* adalah kemampuan seseorang untuk mengenali huruf dari *typeface*. Landa meningkatkan pentingnya memilih *typeface* dalam perancangan desain. Bahasa wajah yang tepat dapat membantu komunikasi (hal. 54). Semua *typeface* harus diperiksa untuk karakteristik dan estetika. Ini termasuk proporsi, keseimbangan, berat visual, kontras, bentuk positif dan negative, dan hubungan antar huruf.

### 2.3 Fotografi

Menurut Sugiarto (2006) fotografi diartikan sebagai suatu seni melukis melalui medium cahaya dan aplikasikan dalam media tertentu untuk

didokumentasikan pada suatu kejadian penting dan sebagai sebuah karya seni. Proses fotografi sudah ada sejak waktu yang cukup lama dan terus berkembang menjadi fotografi yang modern mengikuti perkembangan zaman tidak lagi menggunakan manual tetapi sudah berkembang ke arah fotografi digital.

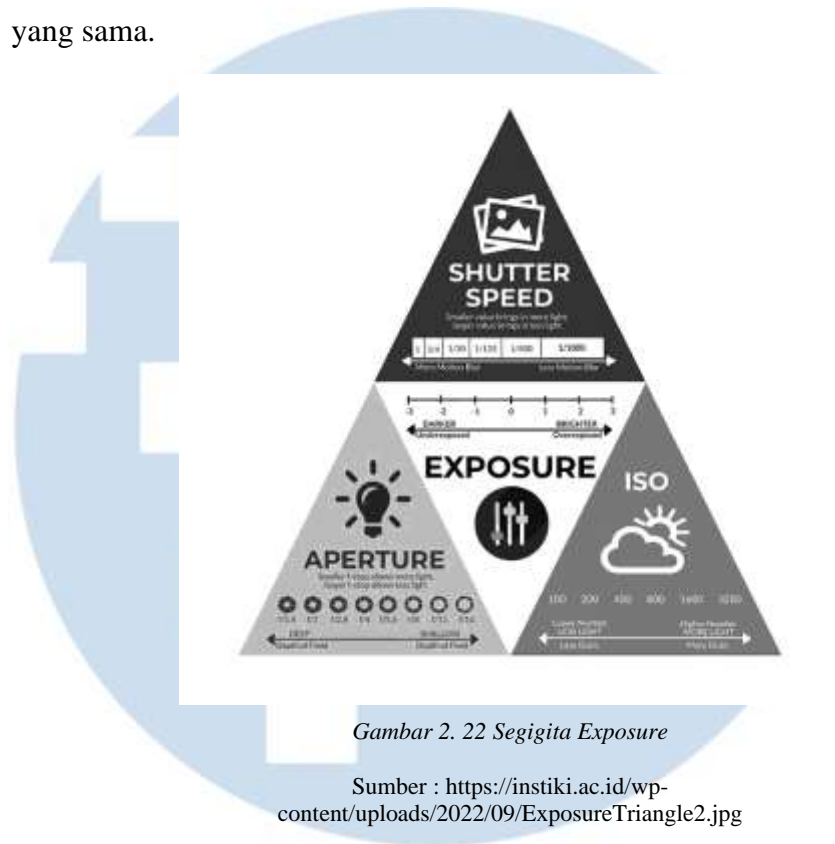
Menurut Bull (2010), fotografi adalah sebuah alat yang sangat ideal untuk mengangkat suatu visual yang mudah ditangkap oleh mata dengan mudah. Penggambaran yang realistis menjadikan fotografi adalah salah satu alat yang dapat meyakinkan khalayak umum. Penggunaan fotografi ini sering muncul dalam sebuah kampanye iklan, yang bersifat komersil dan persuasif dalam meningkatkan keuntungan merek tertentu/ tujuan dari pembuat iklan.

### **2.3.1 Segitiga Exposure**

Segitiga Exposure adalah istilah yang mendasari tiga elemen dasar untuk exposure fotografi. Ketiga elemen ini terdiri atas aperture, shutter speed, dan ISO. Ketiga elemen ini saling berkaitan satu sama lain terutama dalam masuknya sinar atau cahaya ke dalam kamera sebelum terkena oleh sensor kamera. Perubahan salah satu elemen ini akan mempengaruhi hasil intensitas cahaya yang masuk. Sehingga perubahan dalam salah satu elemen



akan mengubah pengaturan dari elemen lainnya jika menginginkan hasil yang sama.



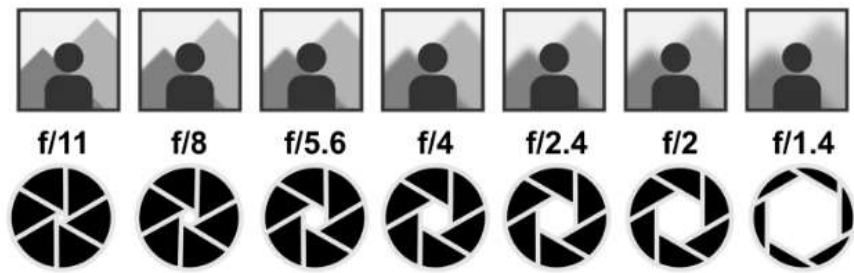
Gambar 2. 22 Segigita Exposure

Sumber : <https://instiki.ac.id/wp-content/uploads/2022/09/ExposureTriangle2.jpg>

### 1) Aperture

Aperture adalah diafragma yang berupa lubang di tengah lensa, tempat cahaya masuk ke dalam bodi kamera. Semakin besar lubang apertur, maka akan semakin banyak cahaya yang masuk ke sensor kamera. Aperture juga yang akan memengaruhi kedalaman area fokus dari suatu objek. Jika bukaan aperture kecil maka area fokus akan lebar dan luas, sedangkan jika bukaan aperture besar maka area fokus akan sempit. Aperture juga dilambangkan dengan huruf F. Contoh satuan aperture seperti f/1.4, f/2.0, f/5.6, dan lain-lain.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

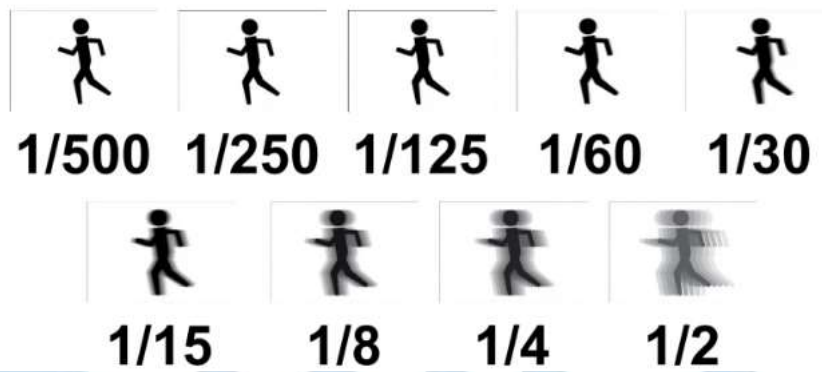


Gambar 2. 23 Diagram Aperture

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/08/Aperture.png.webp>

## 2) Shutter Speed

Shutter speed adalah pengaturan durasi jeda jendela sensor yang terbuka saat menerima cahaya lalu kembali menutup. Shutter speed yang terbuka lebih lama akan menerima intensitas cahaya lebih banyak dan menghasilkan foto yang lebih terang. Ukuran shutter dilambangkan dengan S yaitu sekon dan dantarakan dalam bentuk seperti 1/250s, 1/125s, 1/60s, 1/8s, 1/2s, 1'. 1/125 mengartikan shutter cepat membuka dan menutup sedangkan pada 1/2 jendela shutter semakin lama membuka dan menutup.



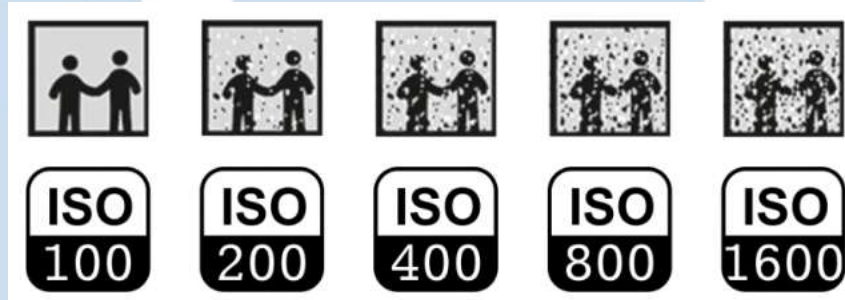
Gambar 2. 24 Diagram Shutter Speed

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/08/Shutter-Speed.png.webp>

## 3) ISO

ISO adalah pengaturan tingkat sensitivitas sensor kamera terhadap cahaya. Nilai ISO yang semakin rendah akan menghasilkan foto yang semakin gelap. Sedangkan ilai ISO yang semakin tinggi akan

menghasilkan foto yang semakin terang. Pengukuran ISO dapat dilihat seperti ISO 100, ISO 200, ISO 400, ISO 800, ISO 1250, dan lain-lain. Jika dalam kondisi jumlah cahaya yang banyak maka ISO akan diturunkan dan jika dalam cahaya sedikit maka ISO akan dinaikkan.



Gambar 2. 25 Diagram ISO

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/08/ISO.png.webp>

### 2.3.2 Teknik Fotografi

Unsur cahaya merupakan hal yang paling utama dalam sebuah fotografi, tidak hanya itu melainkan banyak unsur pendukung yang membentuk fotografi. Fotografi tersusun atas berbagai jenis teknik lain yang di dalamnya terdapat komposisi, susut pandang, dan tata cahaya

#### 3.2.1.1. Komposisi

##### 1) *Motion Blur*

*Motion blur* merupakan salah satu komposisi fotografi yang menunjukkan ada pergerakan baik di latar belakang maupun pada objek utama. Dengan teknik ini, foto yang dihasilkan seakan berbicara jika objek yang terlihat sedang bergerak pada saat difoto.

Untuk memperoleh efek ini, objek harus fokus sedangkan latar belakang yang *motion blur*. Komposisi juga sering disebut dengan panning. Teknik ini biasanya digunakan untuk membuat foto abstrak, foto *action*, foto panggung dan lain sebagainya.





Gambar 2. 26 Komposisi Motion Blur

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Teknik-Komposisi.jpg.webp>

## 2) Rule of Thirds

Rule of thirds adalah jenis komposisi paling dasar dan wajib dipahami oleh seorang fotografer. Teknik ini membagi 9 kotak besarnya sama dan menaruh point of interest di garis atau titik pada bidang yang terbagi menjadi 3. POI ada 4 titik, sedangkan *interesting lines* dibagi menjadi 2 garis horizontal dan 2 garis vertikal. POI sendiri disimpan pada keempat garis atau titik yang berupa bagian mata dari objek atau objek itu sendiri.



Gambar 2. 27 Komposisi Rule of Third

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/rule-of-thirds.jpg.webp>

### 3) Golden Shape

Golden shape merupakan jenis komposisi fotografi dengan membagi bidang foto baik bertepi maya menjadi negatif atau bertepi garis nyata. Sehingga terlihat seperti terdapat kontras antara kedua bidang itu, sehingga membentuk satu kesatuan. Teknik ini membagi bidang positif negatif dengan seimbang dan pas, sehingga menghasilkan foto yang berkomposisi baik. Sedangkan pembagian antara positif dan negatif adalah 50:50 atau 30:50 sesuai selera masing-masing.



*Gambar 2. 28 Komposisi Golden Shape*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Komposisi-Golden-Shape.jpg.webp>

### 4) Simetris

Simetris merupakan sebuah komposisi yang menempatkan objek serta membagi bidang gambar dengan cara rata kanan maupun kiri, sehingga terlihat simetris. Diperlukan kejelian dan keseimbangan bagi Anda untuk menerapkan komposisi ini agar hasilnya benar-benar simetris.



*Gambar 2. 29 Komposisi Simetris*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/komposisi-foto-simetris-1.jpg.webp>

### **5) Perspektif**

Komposisi perspektif merupakan teknik mengambil gambar dengan memanfaatkan efek jauh dekat yang diperoleh lensa. Sehingga menampilkan sebuah dimensi yang begitu menawan. Teknik ini memanfaatkan efek dimensi dan proporsi yang ditimbulkan untuk mengarahkan mata Anda ke POI.



*Gambar 2. 30 Komposisi Perspektif*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Perspektif-foto.jpg.webp>

### **6) Frame in Frame**

Frame in frame adalah komposisi fotografi yang mengarahkan mata untuk melihat apa yang ada di dalam frame dan mengesampingkan apa yang ada di luar frame. Frame ini bukan frame foto yang berbentuk fisik.



*Gambar 2. 31 Komposisi Frame in Frame*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Frame-in-Frame-1.jpg.webp>

### **7) Leading Lines**

Leading lines adalah salah satu komposisi foto yang menarik, sebab garisnya berbentuk nyata atau maya yang mengarahkan mata kita melihat objek yang menjadi POI. Teknik ini sangat cocok untuk mengambil gambar dengan unsur seperti jembatan, dinding, jalan, atau objek yang membentuk garis maya serta menuntun mata Anda ke objek sebenarnya.

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. 32 Komposisi Leading Lines*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Leading-line.jpg.webp>

### **8) Negative Space**

Sebuah komposisi kreatif yang membiarkan negative space atau banyak ruang kosong pada foto. Negative space ini bisa berupa padang pasir, langit, padang rumput dan objek yang memberikan ruang kosong pada foto. Dengan adanya ruang kosong pada sebuah foto, tentu akan menjadi daya tarik tersendiri dan terbilang kreatif.



*Gambar 2. 33 Komposisi Negative Space*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/Negative-space-1.jpg.webp>

## 9) Separasi

Separasi adalah salah satu komposisi fotografi yang memperlihatkan perbedaan sangat kontras antara latar belakang dengan objek foto. Komposisi ini saling mengisi dan memperlihatkan keindahan tersendiri bagi objek utama tanpa kesan mengabaikan objek di sekitarnya.



Gambar 2. 34 Komposisi Separasi

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/jungka-Clara-Davies.jpg.webp>

## 10) Golden Rasio

Teknik komposisi golden ratio memiliki prinsip aturan sepertiga frame dengan versi yang lebih kompleks. Simak penjelasan berikut, frame dibagi menjadi serangkaian kotak kecil atau disebut juga dengan istilah phi *grid*. kemudian gunakan kotak tersebut untuk menggambar spiral yang terlihat seperti cangkang siput. Spiral ini disebut Fibonacci Spiral.



Gambar 2. 35 Komposisi Golden Rasio

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/09/The-Golden-Ratio-focal-point-Gil-Peres2.png.webp>

### 3.2.1.2. Sudut Pandang

#### 1) *Bird Eye View*

*Bird eye* angle merupakan sudut pandang layaknya mata burung yang sedang terbang, mengambil gambar di atas objek yang kita foto. *Angle* ini memperlihatkan objek dari atas ketinggian dan terkesan luas namun tidak berfokus pada objek tertentu.

Sudut pandang ini biasa digunakan untuk memotret aerial fotografi maupun landscape fotografi dari ketinggian. Sehingga menampilkan detail gambar yang sangat luas karena diambil dari ketinggian. *Bird eye angle* menciptakan kesan yang luas dan membuat efek yang lemah pada objek.



Gambar 2. 36 Angle Bird Eye View

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2021/01/bird-eye-level.jpg.webp>

## 2) **High Angle**

*High Angle* Kamera adalah sebuah sudut pandang yang diambil lebih tinggi dari objek, teknik ini sekilas mirip *bird eye*. Bedanya, *high eye* diambil tepat diatas objek dan lebih berfokus pada satu objek saja (point of view dari *high angle* lebih sempit dibanding *bird eye*).



Gambar 2. 37 High Angle View

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/11/TEKNIK-FOTO-KAMERA-HP.jpg.webp>

## 3) **Eye Level Angle**

*Eye level angle* mengarahkan posisi kamera akan sejajar dengan objek yang akan dipotret, sehingga membuat gambar yang dihasilkan terlihat standar layaknya mata memandangi dengan sedikit distorsi. Bisa dikatakan, posisi *angle* paling netral dan sudut pandang yang paling jelas.



Gambar 2. 38 Eye Level Angle



Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/11/TEKNIK-PENGAMBILAN-FOTO-DENGAN-KAMERA-HP.jpg.webp>

#### 4) *Low Angle*

*Low angle* adalah teknik pengambilan gambar di bawah kepala objek. Sesuai dengan namanya, yaitu sudut pandang rendah. Untuk posisi kamera akan selalu miring ke arah atas.



Gambar 2. 39 *Low Angle View*

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/11/TEKNIK-PENGAMBILAN-GAMBAR-DENGAN-KAMERA-HP.jpg.webp>

#### 5) *Frog Angle*

*Frog eye* adalah sudut pandang kamera paling rendah. Atau ada yang memberi nama dengan sebutan sudut pandang mata katak. Model *angle* seperti ini diambil dari sudut paling bawah bahkan bisa menyentuh dasar objek.

UIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2. 40 Frog Angle

Sumber : <https://www.pixel.web.id/wp-content/uploads/2020/11/Frog-Eye-View.jpg.webp>

## 2.4 Bahasa Tubuh

Bahasa tubuh adalah salah satu bentuk komunikasi kinesis yang meliputi Gerakan tubuh dan tangan saat melakukan komunikasi. Akselerasi antara Gerakan tubuh, kepala, tangan dan ekspresi wajah merupakan bentuk dari emosi yang dapat menjadi tanda bagi beberapa emosi tertentu. Setiap gerakan dari suatu Bahasa tubuh dapat menjadi tanda yang memiliki arti masing-masing baik saling dihubungkan ataupun tidak. Berikut adalah beberapa Bahasa tubuh secara umum, meliputi Gerakan tangan dan lengan, Gerakan tangan ke wajah, dan gerakan tangan sebagai pengahalang.

### 2.4.1 Gerakan Tangan dan Lengan

#### 1) Telapak Tangan Terbuka

Telapak tangan yang terbuka digambarkan sebagai tanda dari kejujuran, kebenaran, kesetiaan, keterbukaan, dan kepatuhan. Hal ini serupa dengan membuka telapak tangan menandakan Tindakan yang jujur ketika membuka tangan terbuka terhadap orang lain.

#### 2) Menggosok Telapak Tangan

Menggosok telapak tangan dengan cepat menandakan sebuah pengharapan dan keuntungan dari orang lain, sedangkan menggosok telapak tangan secara perlahan menandakan sifat seseorang yang cerdik, dan penuh tipu daya.

### **3) Tangan Saling Menggenggam**

Tangan saling menggenggam menunjukkan rasa frustrasi atau permusuhan atau menyembunyikan perilaku dan tindakan negative. Beberapa contoh menggenggam yang dilakukan seperti dalam tangan ke atas, di tengah, dan di bawah.

### **4) Ujung-Ujung Jari Bertemu dan Ditekan**

Gerakan ujung-ujung jari yang bertemu dapat memiliki banyak makna yang dihubungkan juga dengan ekspresi wajah, jika disertai dengan Gerakan tubuh yang minimal, hal ini akan menunjukkan gambaran seseorang yang percaya diri, selain itu dapat diartikan juga ketika seseorang sedang berpikir atau ingin mengutarakan sebuah ide.

### **5) Mengepalkan Tangan**

Gerakan mengepalkan tangan dapat diartikan sedang memperkuat konsentrasi atau memegang, menahan, dan menekan sesuatu. Gerakan ini dapat di indikasikan sebagai seseorang yang sedang menahan atau menekan emosi tertentu.

### **6) Menarik Kerah Baju**

Gerakan menarik kerah baju dilakukan sebagai indikasi dari seseorang yang berbohong ataupun sedang marah dan mengalami frustrasi berat.

### **7) Memegang Tangan, Lengan dan Pergelangan Tangan**

Gerakan memegang satu tangan dengan tangan lainnya yang diletakan di belakang badan menunjukkan sebuah kepercayaan diri dan sisi superioritas atau dominan. Sedangkan semakin atas tangan yang dipeganga oleh tangan lainnya menandakan seseorang yang sedang sangat menahan emosi

## **2.4.2 Gerakan Tangan ke Wajah**

### **1) Melindungi Mulut**

Gerakan menutup atau melindungi mulut biasa dilakukan menggunakan telapak tangan atau salah satu jari. Hal ini mengindikasikan bahwa seseorang sedang berusaha menyembunyikan sesuatu atau tidak ingin mengatakan hal tertentu.

### **2) Menyentuh Hidung**

Gerakan menyentuh hidung juga merupakan indikasi dalam melakukan penyamaran dengan cara yang lebih halus daripada di mulut. Gerakan ini ditandai dengan menyentuh hidung dengan cepat atau mengusap bagian bawah hidung beberapa kali dengan cepat.

### **3) Menggosok Mata**

Gerakan menggosok mata adalah salah satu indikasi bagi kebohongan dan berusaha menghindar akan sesuatu. Hal ini terjadi ketika tidak ingin terjadi banyak kontak mata sehingga berusaha untuk menyamarkannya dengan menggosok area mata.

### **4) Menggosok Telinga**

Gerakan menggosok telinga sering diperlihatkan dengan gaya seolah-olah sedang menutup telinga. Gerakan ini mengartikan bahwa seseorang sedang tidak ingin mendengarkan apa yang sedang dibicarakan oleh lawan bicaranya.

### **5) Menopang Kepala dengan Tangan**

Gerakan menopang kepala dengan dagu menjadi indikasi seseorang merasa bosan dan bingung. Gerakan ini dapat dilakukan baik saat duduk maupun berdiri.

### **6) Tangan Mengusap-usap Dag**

Gerakan tangan yang sedang mengusap dagu menjadi arti bahwa seseorang sedang membuat sebuah keputusan.

## **2.4.3 Gerakan Lengan Sebagai Penghalang**

### 1) Melipat Tangan Standart

Gerakan melipat tangan ini ditunjukkan dengan kedua tangan yang saling disilangkandi dada sebagai bentuk daya bertahan.

### 2) Melipat Tangan Sebagian

Gerakan melipat tangan sebagian ditampakkan pada bagian tangan yang disilangkan dan tangan lainnya mengarah untuk menghalang bagian tubuh lainnya seperti lengan atau dada.

### 3) Melipat Tangan Tersamar

Gerakan melipat tangan tersamar adalah posisi tangan menyilang di dada dengan tangan lainnya memegang benda lain seperti buku, tas, kertas, atau bunga. Gerakan ini sebagai bentuk untuk mengurangi kegugupan.

## 2.5 Ekspresi Wajah

Ekspresi atau emosi adalah bagian dari suatu reaksi terhadap terjadinya suatu peristiwa tertentu. Faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah emosi dapat melibatkan beberapa hal contohnya adalah perilaku, pengalaman, serta fisiologis seseorang. Menurut William James dan Carl Lange, mendefinisikan emosi sebagai rangsangan fisiologis yang memicu sistem saraf otonom untuk memberikan suatu reaksi, sehingga terbentuk suatu emosi tertentu dalam diri seseorang. Sedangkan Richard Lazarus sebagai penemu teori *Cognitive Abreaisal* berpendapat bahwa sebelum emosi terjadi seseorang akan secara sadar memikirkan terlebih dahulu yang harus dilakukan sehingga terjadi rangsangan stimulus yang kemudian akan disalurkan ke otak.

### 2.5.1 Jenis Ekspresi Wajah

Dalam menyampaikan sebuah emosi ekspresi wajah merupakan faktor pendukung utama untuk menyampaikan pesan emosi dalam berkomunikasi, oleh karena itu jenis ekspresi dibagi menjadi berikut :

#### 1) Sukacita

Sukacita digambarkan sebagai perasaan yang bahagia, gembira, puas. Emosi ini akan muncul ketika berada dalam

kondisi seperti mencapai tujuan akhir, berhasil menyelesaikan suatu tugas, atau mengalami momen yang menyenangkan. Bentuk emosi ini seperti tertawa dan tersenyum.

## **2) Sedih**

Sedih digambarkan dengan pengalaman kehilangan, kekecewaan, atau rasa putus asa. Emosi ini muncul dengan simbolisme raut wajah yang murung, area wajah memerah, dan meneteskan air mata.

## **3) Marah**

Marah merupakan emosi yang dapat digambarkan dengan perasaan frustrasi, ketidakadilan, atau serangan personal yang tidak sesuai dengan yang dikehendaki oleh seseorang. Bentuk penyampaian amarah dapat dilihat dengan pose gestur menunjuk, berteriak, atau mengerutkan dahi dan alis.

## **4) Takut**

Takut merupakan emosi yang biasanya muncul ketika terjadi sebuah rasa ancaman atau khawatir akan bahaya dari suatu hal. Simbolisme rasa takut ditunjukkan dengan kepala yang menunduk, disertai dengan raut wajah yang murung.

## **5) Cinta**

Cinta merupakan rasa emosi yang melibatkan perasaan dalam terhadap orang lain. Bentuk emosi ini berupa kasih sayang, rasa hormat, perasaan romantis, dan kedekatan emosional dengan orang lain.

## **6) Jijik**

Jijik merupakan emosi yang menunjukkan rasa tidak nyaman, terganggu, ataupun rasa muak terhadap suatu objek atau situasi tertentu. Bentuk simbolisme jijik dengan menunjukkan raut wajah yang cenderung aneh dan bersifat spontan sesuai dengan situasi yang ada

## **7) Kagum**

Kagum merupakan emosi yang melibatkan sisi terpesona terhadap sesuatu yang mengesankan atau hal luar biasa lain yang berarti bagi individu tertentu. Hal kagum ini muncul ketika melihat sebuah prestasi, realita yang sesuai dengan ekspektasi seseorang, serta keterampilan yang mengagumkan. Simbolismenya dengan menaikkan alis, berteriak, atau membuka mulut.

#### **8) Kebingungan**

Kebingungan adalah emosi yang muncul ketika tidak tahu apa yang harus dilakukan, atau tidak mengetahui suatu informasi, dan tidak memahami situasi tertentu. Simbolisme kebingungan ditunjukkan dengan raut wajah yang berpikir, merenung, dan melihat ke arah atas.

### **2.5.2 Fungsi Ekspresi Wajah**

Salah satu bentuk ekspresi wajah yang digunakan sebagai media komunikasi secara non verbal. Komunikasi yang disampaikan memiliki beragam jenis tujuan seperti :

#### **1) Media Informasi**

Emosi dapat menjadi media penyalur informasi yang berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, sebagai contoh rasa takut atau cemas dapat diindikasikan sebagai bentuk potensi dalam bahaya, sehingga akan menari bentuk perlindungan diri.

#### **2) Mengatur Arah Perhatian**

Emosi juga menjadi alat yang dapat membantu dalam mengarahkan perhatian pada satu objek tertentu, jika muncul emosi cinta maka seluruh perhatian dapat diberikan kepada pasangan yang lebih dalam lagi.

#### **3) Mengatur Perilaku**

Emosi berperan dan mempengaruhi suatu tindakan dari rasa emosi yang terbentuk. Jika rasa marah yang dialami maka

dapat mendorong untuk mengambil keputusan yang diakibatkan dari rasa marah tersebut.

#### **4) Memperkuat Hubungan**

Emosi dapat menjadi sarana dalam meningkatkan hubungan dan memperkuat ikatan emosional yang ada dalam diri seseorang. Hal ini juga menjadi sarana dalam membaca emosi orang lain dan menjadi lebih peka terhadap apa yang dirasakan oleh orang lain.

#### **5) Media Menyalurkan Respon**

Emosi menjadi salah satu sarana dalam membantu memberikan respons yang tepat pada suatu peristiwa yang terjadi. Jika sedang merasakan cemas maka emosi yang harus dilakukan adalah memberikan ketenangan dalam diri sendiri.

### **2.6 OCD (*Obsessive Compulsive Disorder*)**

Berdasarkan buku DSM V (*Diagnostic and aStatistical Manual od Mental Disorders, Fith Edition*) memberikan definisi yang sah, resmi, dan sesuai dengan kriteria diagnosa yang digunakan kepada dokter untuk menangani gangguan dan fungsi mental pada penderita OCD disebabkan oleh 2 tindakan. Kemunculan dari obsesi dan kompulsi memiliki definisi yang berbeda. Terjadinya “Obsesion” yang didefinsikan sebagai:

- 1) “Pikiran, desakan, atau impuls yang berulang dan terus-menerus yang dialami, pada suatu waktu selama gangguan, sebagai sesuatu yang mengganggu dan tidak diinginkan, dan pada sebagian besar individu menyebabkan kecemasan atau tekanan yang nyata.”
- 2) “Individu berupaya untuk mengabaikan atau menekan pikiran, desakan, atau gambaran tersebut, atau menetralsirnya dengan pemikiran atau tindakan lain (yaitu dengan melakukan suatu kompulsi).”

Selain itu “Compulsion” yang didefinsikan sebagai:



- 1) “Perilaku berulang (misalnya mencuci tangan, memesan, memeriksa) atau tindakan mental (misalnya berdoa, menghitung, mengulangi kata-kata dalam hati) yang individu merasa terdorong untuk melakukannya sebagai respons terhadap obsesi atau sesuai dengan aturan yang harus diterapkan secara kaku.”
- 2) “Perilaku atau tindakan mental ditujukan untuk mencegah atau mengurangi kecemasan atau kesusahan, atau mencegah peristiwa atau situasi yang menakutkan; namun, perilaku atau tindakan mental ini tidak terhubung secara realistis dengan apa yang dirancang untuk dinetralisir atau dicegah, atau jelas-jelas berlebihan.”

Dengan definisi di atas disebutkan pula bahwa ada bentuk obsesi atau kompulsi memakan waktu (memakan waktu lebih dari satu jam per harinya dalam aktivitas tertentu) dan atau yang menyebabkan gangguan signifikan dalam kegiatan aktivitas sehari-hari dalam bidang sosial pekerjaan, atau fungsi kehidupan lainnya. Dengan itu maka gangguan OCD merupakan landasan awal terjadinya perubahan pemikiran dan sikap yang berujung pada timbulnya kepanikan, kecemasan, keawatiran, yang berakibat pada gangguan kesehatan mental lainnya.

### **2.6.1 Jenis OCD**

Berdasarkan Internasional OCD Foundation gejala penderita OCD dapat dilihat tanpa batasan dalam hal ini berarti gejala setiap orang berbeda-beda. Namun, gejala ini dapat dibagi menjadi 6 tipe yaitu :

#### **1) Checking**

Checking Merupakan tipe OCD yang paling umum yang dialami orang. Gejalanya adalah memeriksa sesuatu berulang-ulang, terkadang hingga ratusan kali, dan bertahan selama berjam-jam. Namun, perilaku ini dapat sangat berdampak pada penderitanya, hingga dapat mengganggu hubungan sosial dan pekerjaannya. Beberapa hal yang

biasanya diperiksa termasuk saklar lampu, keran air, kompor, dompet dan kunci pintu atau jendela.

## **2) Contamination**

Kontaminasi adalah ketakutan terkena kontaminasi yang dapat membahayakan diri sendiri atau orang yang dicintai. Orang-orang dengan gejala OCD jenis ini seringkali mencuci atau membersihkan bagian tubuh mereka berulang kali. Terkadang, mereka juga menghindari suatu tempat, orang, atau bahkan benda jika mereka takut terkontaminasi. Sebagai contoh penderita akan mandi berkali-kali, mencuci tangan puluhan kali, dan membersihkan benda bekal kali.

## **3) Mental Contamination**

OCD jenis ini mirip dengan contamination, tetapi penyebabnya adalah perasaan daripada tempat atau barang. Jika mereka merasa tersakiti secara psikologis, seperti diperlakukan buruk, diejek, atau bahkan melalui komentar yang kritis dan kasar, mereka dapat merasa terkontaminasi. Penderita merasa ada hal yang tidak bersih di dalam dirinya karena tindakan seperti ini. Salah satu tindakan yang biasanya muncul adalah mencuci atau membersihkan tubuhnya berulang kali sampai dirasa kontaminasi telah hilang.

## **4) Hoarding**

Gangguan kesulitan untuk membuang barang usang atau tidak berguna. Gejala OCD jenis ini hampir tidak dapat dibedakan dengan hoarding disorder, yang melibatkan menyimpan benda-benda yang tidak terpakai hingga memenuhi ruang di rumahnya. Sampai saat ini, OCD belum menemukan alasan tertentu mengapa seseorang mulai menyimpan atau menyimpan barang. Gejala OCD jenis hoarding ini dapat menjadi berbahaya karena terkait dengan kebersihan dan keselamatan lingkungan tempat tinggalnya. Contoh bentuknya adalah menyimpan label baju, barang yang sudah rusak, tempat atau wadah bekas tertentu, dan lainnya.

### 5) **Ruminations**

Ruminations merupakan pikiran obsesif yang mengganggu, ruminations atau perenungan biasanya dikaitkan dengan pikiran yang menghasilkan pertanyaan yang tidak memiliki jawaban yang jelas. Ketika seseorang terus-menerus memikirkan kehidupan setelah kematian adalah contoh OCD jenis ini. Contoh lain adalah ketika seseorang berpikir, "Apakah semua orang baik atau jahat?" Sebagian besar ruminations ini tidak menghasilkan solusi atau kesimpulan, sehingga penderita dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk berpikir tentang masalah yang belum terjadi atau bahkan tidak terjadi

### 6) **Intrusive Thoughts**

OCD tipe intrusive thoughts adalah bentuk pikiran yang tidak diinginkan dan mengganggu, berbeda dengan ruminations. Penderita OCD dengan tipe ini biasanya mengalami pikiran ini secara tidak sengaja, berulang-ulang dan tidak dapat diselesaikan secara logis, menyebabkan kecemasan. Pikiran ini dapat dikaitkan dengan seksualitas, hubungan, agama, kekerasan, simetri, dan lain-lain.

## 2.6.2 **Penyebab OCD**

### 1) **Faktor Biologis**

Penelitian telah membuktikan bahwa terdapat kaitan yang signifikan antara penyebab kemunculan OCD dengan faktor biologis yang muncul diakibatkan dari ketidakseimbangan zat kimiawi di otak, terjadi kerusakan sirkuit otak, dan atau cacat genetik. Pada penelitian tertentu telah ditemukan perbedaan saluran peredaran darah pada penderita OCD dengan non penderita OCD sehingga proses kerja dan aktivasi otak penderita cukup berbeda.

### 2) **Faktor Genetik**

Faktor keturunan atau genetik keluarga merupakan hal yang menjadi faktor risiko penderita OCD. Dalam penelitian 1 keluarga seseorang yang memiliki OCD memiliki faktor 4 kali lebih besar

untuk mengidap OCD dan peluang penurunannya jauh lebih besar. Prevalansi penderita OCD dalam satu keluarga jauh lebih tinggi dimana jika anak menderita OCD kemungkinan besar dalam satu lingkup kecil keluarga ada yang memiliki OCD.

### **3) Faktor Lingkungan**

Faktor risiko penderita OCD memiliki angka yang tinggi jika didukung dengan faktor lingkungan yang tidak mendukung dan menyebabkan tingkat keparahan penderita OCD meningkat dan memiliki potensi untuk berkembang ke penyakit mental lainnya.

#### **2.6.3 Diagnosi OCD**

Diagnosis OCD mengacu pada DSM V yang akan digunakan oleh dokter atau tenaga profesional dalam menganalisis penderita OCD. Pemeriksaan fisik dilakukan untuk mendukung diagnosis OCD dan mencegah masalah kesehatan lainnya. Setelah itu, dokter akan melakukan pemeriksaan laboratorium tambahan, seperti perhitungan darah lengkap, pemeriksaan fungsi tiroid, dan skrining tentang alkohol dan konsumsi obat. Namun, evaluasi psikologis adalah langkah pertama dalam melakukan diagnosis OCD. Psikolog dapat menentukan apakah seseorang memiliki obsesi atau perilaku kompulsif yang mengganggu melalui diskusi tentang pikiran, perasaan, gejala, dan pola perilaku pengidap. Dengan seizin pengidap, diskusi ini juga dapat dilakukan dengan teman atau keluarga terdekat. Pemeriksaan dilanjutkan dengan melihat kriteria diagnostik untuk OCD: Manual Diagnostik dan Statistik Gangguan Mental (DSM-5), yang diterbitkan oleh American Psychiatric Association, berfungsi sebagai referensi. Dokter atau psikolog dapat menggunakan kriteria ini untuk melakukan diagnosis OCD. Pada akhirnya dilakukan pemeriksaan fisik untuk mengeliminasi masalah lain yang tidak merupakan penyebab gejala OCD pada seseorang.

#### **2.6.4 Pengobatan OCD**

Berdasarkan OCD.UK mengatakan bahwa perawatan OCD bukanlah ilmu pasti dan tetap tetapi berkembang seiring dengan perkembangan riset dan kecanggihan dunia medis. Langkah awal yang dituju pada pengobatan adalah mengunjungi tenaga profesional yang ahl dalam penanganan klinis OCD. Dalam pengobatan ini meliputi dua langkah pengobatan yaitu:

### **1) Cognitive Behavior Therapy (CBT)**

Aaron T. Beck mendefinisikan Cognitif Behavior Therapy (CBT) sebagai metode konseling yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi oleh klien dengan mengubah perilaku dan kognitif mereka. Perawatan CBT ini sudah terbukti paling efektif dalam pengobatan OCD yang mencakup Exposure and Response Prevention (ERP). CBT merupakan salah satu terapi yang dilakukan untuk secara perlahan membuka kebiasaan dan perilaku yang dilakukan dengan menggunakan metode dan tes-tes yang akan dilakukan oleh dokter ahli sebagai kadar uji untuk melihat perubahan perilaku secara fisik dan sikap penderita. Sebagai bentuk keefektifan dari pengobatan CBT ini didukung dengan pengobatan minum golongan anti depresan untuk membantu kecemasan dan kekhawatiran yang sudah parah.

### **2) SSRI**

Inhibitor reuptake serotonin selektif (SSRI) adalah obat yang paling umum digunakan untuk mengobati OCD. SSRI mengacu pada efek obat terhadap serotonin, bahan kimia penting di otak. SSRI meningkatkan jumlah serotonin antar sel saraf di bagian otak tertentu. Namun, tidak ada bukti yang jelas tentang kekurangan serotonin pada penderita OCD, jadi manfaat SSRI dalam pengobatan OCD dianggap sebagai akibat langsung dari efek langsung ini. Sebaliknya, obat-obatan ini mungkin berfungsi sebagai alat untuk meringankan gejala OCD secara bertahap sebagai tanggapan terhadap peningkatan tingkat stres.

Saat bekerja dengan dokter berlisensi untuk memilih obat yang tepat untuk OCD, penting untuk menyadari bahwa di antara SSRI, semua obat yang direkomendasikan untuk mengobati OCD memiliki kemungkinan yang sama untuk bekerja, secara umum. Namun, pada tingkat individu, ada kemungkinan bahwa satu SSRI bekerja lebih baik pada orang tertentu daripada yang lain, dan orang-orang yang menderita OCD mungkin tidak mendapatkan manfaat dari semua SSRI. Tidak mungkin untuk mengetahui dengan pasti bagaimana seseorang akan merespons obat tertentu. Akibatnya, keputusan tentang obat mana yang akan digunakan biasanya didasarkan pada kerentanan seseorang terhadap efek samping, riwayat medis mereka, dan obat lain yang mungkin mereka gunakan sebelumnya.

