

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Grafis

Menurut Landa (2014), desain grafis merupakan pengaplikasian dari komunikasi visual yang ditujukan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *audiens*, yang merupakan pengungkapan atau representatif dari elemen-elemen visual. Desain grafis merupakan penyampaian pesan secara efektif yang bertujuan mempersuasi target sasaran desain dalam mengambil suatu perilaku atau keputusan. Penyampaian komunikasi dengan kombinasi kata-kata, gambar, dan ilustrasi membuat penyampaian informasi menjadi menarik dan mudah diingat.

2.1.1 Elemen Desain

Desain grafis adalah kumpulan komponen elemen yang membangun sebuah komunikasi berbasis visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens Elemen (Landa, 2014). Desain terbagi menjadi 4 jenis yaitu garis, bentuk, tekstur dan warna.

2.1.1.1 Garis



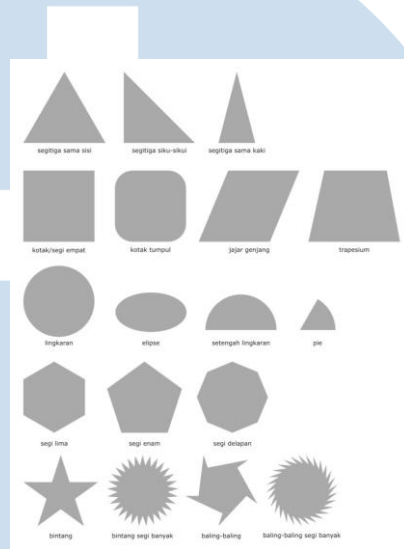
Gambar 2.1. Jenis Garis

(<https://kreasi-presentasi.com/unsur-unsur-desain-grafis/>)

Garis merupakan kesatuan dari kumpulan titik yang memanjang secara vertikal dan diagonal. Garis merupakan elemen yang membentuk suatu gambar menjadi suatu kesatuan yang

harmonis. Garis memiliki berbagai jenis dan bentuk yang berfungsi sebagai pengikat komposisi dalam suatu komunikasi visual (Landa, 2014).

2.1.1.2 Bentuk



Gambar 2.3 Jenis bentuk

(<https://idseducation.com/memahami-elemen-desain/>)

Bentuk merupakan bagian paling dasar dalam sebuah gambar. Bentuk memiliki penggambaran ruang yang tersusun dari beberapa garis yang membuat pola ruang dalam sudut dua dimensi. Terdapat beberapa bentuk dasar yang umum ditemui seperti lingkaran, segitiga, dan persegi. Masing-masing bentuk dasar memiliki bentuk dan volume yang beragam jika diproyeksikan ke dalam bentuk tiga dimensi.

2.1.1.3 Tekstur



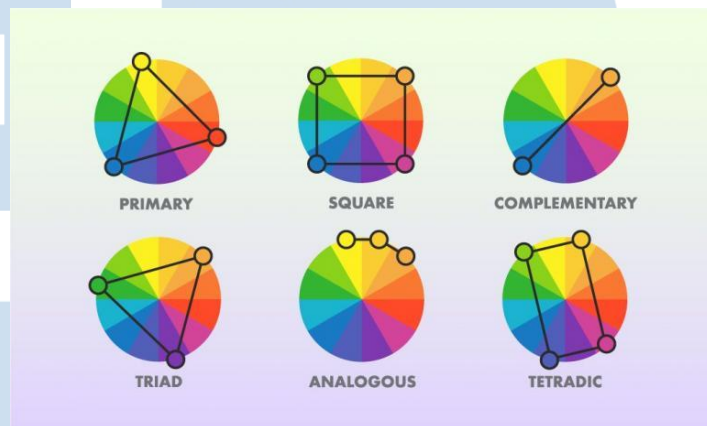
Gambar 2.3 Jenis tekstur

(<https://idseducation.com/memahami-elemen-desain/>)

Tekstur merupakan bentuk proyeksi volume dari suatu bidang atau gambar. Tekstur memiliki dua jenis yaitu tekstur dalam

volume atau permukaan maupun tekstur dalam visual atau permainan warna. Tekstur dapat tercipta dari kumpulan bentuk dan sudut yang memberikan kesan permukaan yang berbeda baik secara sentuhan maupun visual. Tekstur pada media cetak dapat dipengaruhi oleh jenis media cetak, pengaplikasian warna atau jenis mesin cetak yang memberikan perubahan tekstur didalamnya.

2.1.1.4 Warna



Gambar 2.4 Jenis Warna

(<https://idseducation.com/memahami-elemen-desain/>)

Warna memiliki pengaruh yang besar dalam memberikan makna pada suatu karya. Pemilihan warna dari terang ke gelap akan membuat objek memiliki bentuk dan komposisi yang menarik dan seimbang (Linda Holtzschue, 2011). Kebanyakan manusia dapat menangkap kurang lebih 150 warna dan dapat diuraikan menjadi delapan warna dasar yang terdiri dari: merah, oranye, kuning, hijau, biru, violet, hitam, dan putih. Kedelapan warna tersebut merupakan warna yang paling umum digunakan untuk mewarnai objek (Linda Holtzschue, 2017). Warna dasar memiliki makna dan artinya tersendiri,

1. Merah, sebagai penyampaian makna tegas, kuat, dan dominasi.
2. Oranye, sebagai penyampaian makna hangat, bersahabat, dan energik

3. Kuning, sebagai penyampaian makna kegembiraan, semangat, dan fleksibel
4. Hijau, sebagai penyampaian makna santai, terbuka, dan penyayang.
5. Biru, sebagai penyampaian makna tenang, konsisten, dan profesional.
6. Violet, sebagai penyampaian makna feminin, dewasa, dan misterius.
7. Hitam, sebagai penyampaian makna kelam, misteri, dan elegan.
8. Putih, sebagai penyampaian makna bersih, suci, dan tekat. (Linda Holtzschue, 2014)

2.1.2 Prinsip Desain

Prinsip desain mewakili suatu komposisi atau keseimbangan yang ditentukan oleh seorang desainer (Landa, 2014). Prinsip desain menjadi pedoman untuk *desainer* dalam membuat atau menentukan suatu karya visual agar menarik dan mudah diterima oleh *audiens*. Menurut Landa (2014), terdapat lima jenis prinsip desain yaitu Format, keseimbangan, hierarki visual, penekanan, ritme dan kesatuan.

1. Format

Format merupakan batasan bidang dari media atau struktur dalam membuat sebuah desain. Format terbagi menjadi beberapa media dan jenis seperti kertas, billboard, layar gawai, dan lain sebagainya.

2. Keseimbangan

Keseimbangan merupakan aspek desain yang dihasilkan dari pengaturan suatu komposisi desain secara rata pada media desain. Komposisi mengatur beberapa hal yaitu ukuran, bentuk, warna, *value*, dan tekstur. Keseimbangan dapat dibentuk dengan

memperhatikan bobot visual maupun tata letak objek sehingga terkesan harmonis dan padu.

3. Hirarki Visual

Hirarki visual merupakan aspek yang memiliki fungsi sebagai arah panduan audiens dalam menerima sebuah informasi. Hirarki visual mengatur agar elemen visual memberikan penekanan yang jelas sehingga audiens dapat dengan mudah menentukan arah bacaan atau informasi visual dengan baik tanpa adanya kesalahan informasi.

4. Penekanan

Penekanan merupakan bentuk pola visual yang membuat beberapa elemen menjadi lebih dominan sesuai dengan kepentingan dari tiap elemen desain. Penekanan mempengaruhi bagaimana sebuah desain atau informasi dapat dengan mudah diterima dan dipahami oleh audiens.

5. Ritme

Ritme merupakan penggambaran visual yang memberikan penekanan atau penegasan tentang ketukan atau pola irama dari sebuah desain. Ritme dipengaruhi oleh banyak faktor seperti komposisi warna, tekstur, penekanan, dan keseimbangan. Penempatan alur motif dan gambar sangat mempengaruhi penekanan irama dari sebuah desain

6. Kesatuan

Kesatuan merupakan keseluruhan dari elemen grafis yang saling terhubung membentuk sebuah desain baru yang padu. Setiap elemen grafis yang berhubungan akan memberikan kesan kesatuan saat diletakan bersamaan.

2.1.3 Tipografi

Tipografi merupakan istilah yang mendeskripsikan penataan huruf dan tata letak penempatannya. Tipografi didefinisikan sebagai Teknik untuk menata atau mengatur huruf untuk memberikan gaya visual yang menarik

dan penempatan yang efisien. Pengaturan atau pemilihan huruf berkaitan dengan beberapa hal seperti huruf, ukuran font, panjang baris, spasi, leding tracking, dan kerning (Gunarta, 2013).

2.1.3.1 Elemen Tipografi

Dalam elemen desain grafis, terdapat beberapa elemen tipografi, yakni:

1. *Headline*, merupakan barisan kata yang menjadi fokus utama atau judul dari sebuah layout. Biasanya *Headline* memiliki ukuran yang paling besar daripada teks yang lain.
2. *Body Copy*, merupakan barisan kata yang memberikan informasi tambahan atau keterangan dari *Headline*.
3. *Tagline*, merupakan susunan kata singkat yang mewakili suatu objek. Pemilihan kata biasanya memiliki bahasa yang mudah diingat oleh konsumen.
4. *Baseline*, merupakan bagian penutup dari sebuah *layout*. (Supriyono, 2010).

Menurut Landa (2014) ada beberapa klasifikasi tipe typeface yang dibagi sebagai berikut:

1. Old Style

Jenis tipografi ini diperkenalkan pada akhir abad ke 15 dan digunakan secara langsung menggunakan pena. Tipe dari tipografi ini memiliki karakter cetak miring dengan jenis serif.

2. Transitional

Tipografi serif dengan transisi gaya lama menuju gaya modern, pertama kali diperkenalkan pada abad ke-18.

3. Modern

Merupakan jenis tipografai yang dikembangkan pada akhir abad ke 18 menuju akhir abad 19. Jenis tipografi ini memiliki bentuk yang lebih geometris dengan penggunaan guratan tebal dan tekanan vertical.

4. Slab Serif

Merupakan jenis font serif dengan menggunakan format cetak miring.

5. Sans Serif

Tipe tipografi yang merupakan adaptasi dari manuskrip dari abad ke 13. Tipe tipografi ini memiliki aksen dengan gaya guratan tebal tipis.

6. Blackletter

Tipografi yang menggunakan model manuskrip dengan daya gotik dengan ciri guratan berat dengan huruf padat dan terdapat bentuk lekukan.

7. Script

Tipografi dengan bentuk cetak miring yang mengadaptasi bentuk tulisan tangan. Tipografi ini biasa digunakan beberapa alat tulis seperti pena dan alat-alat pahat.

8. Display

Tipografi dengan dimesni dan ukuran yang besar. Biasa digunakan untuk berita dan judul dari sebuah media cetrak.

2.1.3.2 Klasifikasi *Typeface*

Menurut Landa (2014), *Typeface* dibagi menjadi kelompok sebagai berikut:

1. *Old style/ Humanist:*

Merupakan jenis *typeface* yang memiliki bentuk roman. *Typeface* ini memiliki bentuk *serif* dengan sudut dan kurung.

2. *Transitional: typeface* ini memiliki gaya *serif* dengan karakteristik lekukan sudut dan kurung yang lebih moderen dan tidak kaku.

3. *Modern: typeface* ini memiliki bentuk *serif* dengan karakteristik geometris dan memiliki ketebalan yang lebih tebal dari beberapa jenis *roman*

4. *Slab serif: typeface* ini memiliki karakterisitik serif dengan gaya atau ornament mesir atau claredon.

5. *Sans Serif: Typeface* ini memiliki karakterisitik tanpa *serif*. Kebanyakan jenis font ini memiliki garis tebal pada hurufnya.

6. *Blackletter: typeface* ini memiliki gaya bahasa manuskrip pada abad pertengahan. Gaya ini juga sering disebut sebagai gaya *gothic* karena tiap huruf memiliki kurva.

7. *Script: typeface* ini memiliki gaya huruf tulis tangan dengan penulisan agak miring atau terhubung dari satu huruf ke huruf lain.

8. *Display: typeface* ini merupakan jenis huruf yang didesain sebagai bagian dari *headline* sebuah bacaan sehingga memiliki ukuran yang lebih besar dari *font* lainnya.



Gambar 2.5 Contoh Klasifikasi *Typeface*

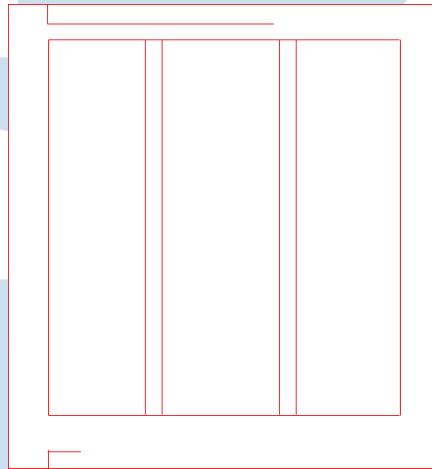
(Landa, 2014)

2.1.3 Grid

Grid merupakan batasan imajiner berupa kumpulan garis verikal dan horizontal yang membagi format menjadi dua bagian yaitu kolom dan margin (Landa, 2019). Grid merupakan elemen desain yang berfungsi sebagai alat bantu tata letak dalam pengaturan format dan komposisi. Dalam proses perancangan layout dan asset visual, grid berguna katalog untuk mempermudah proses desain dan tata letak visual yang mudah dibaca dan pahami oleh target desain.

Dalam proses perancangan grid terdapat beberapa model grid yang sering digunakan dalam membantu proses perancangan visual yang dibagi menjadi empat yaitu:

1. Single Column Grid

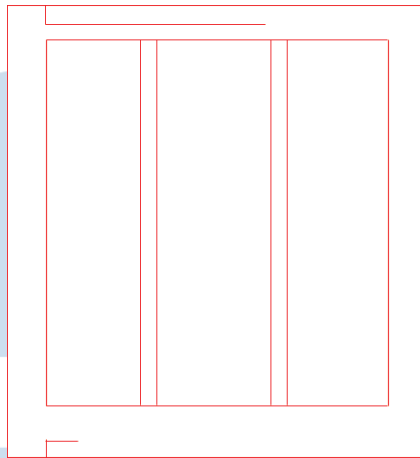


Gambar 2.6 Single Column Grid

(<https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>)

Merupakan jenis grid dengan structure yang terdiri dari satu kolom yang dikelilingi oleh margin sebagai garis bantu. Single Column Grid ditujukan untuk penggunaan teks dengan bentuk deskripsi atau dokumen seperti buku, dan esai.

2. Multicolumn Grid

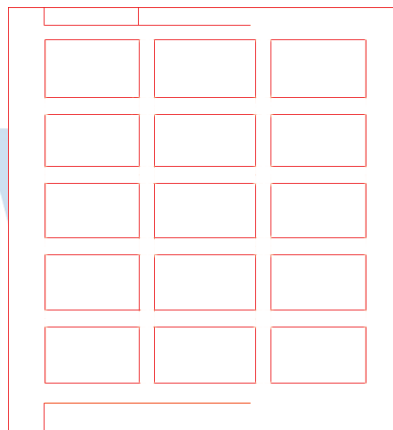


Gambar 2.7 Multicolumn Grid

(<https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>)

Merupakan grid dengan pengaplikasian kolom dengan jumlah lebih dari satu. Jenis grid ini digunakan untuk pengaplikasian elemen desain dengan penambahan elemen typografi sebagai placement dari sebuah kesatuan desain.

3. Modular Grid

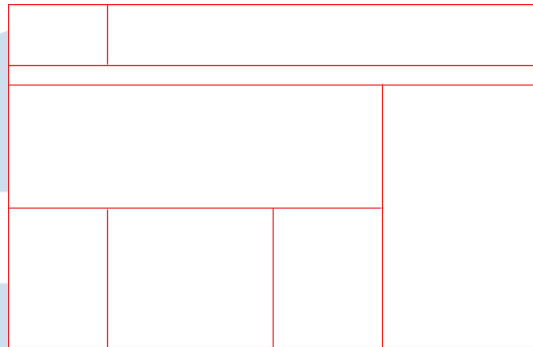


Gambar 2.8 Modular Grid

(<https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>)

Merupakan grid dengan pengaplikasian kolom dengan jumlah lebih dari satu. Jenis grid ini digunakan untuk pengaplikasian elemen desain dengan penambahan elemen typografi sebagai placement dari sebuah kesatuan desain.

4. Hierarchical Grid



Gambar 2.9 Hierarchical Grid

(<https://vanseodesign.com/web-design/grid-types/>)

Merupakan grid dengan pengaplikasian hierarki dengan pemanfaatan arah baca. Model grid ini tidak memiliki batasan grid yang kaku dan biasanya ditujukan untuk pembuatan web atau aplikasi.

2.2 Promosi

Menurut Kolter (2017), promosi merupakan media komunikasi atau alat aktivitas yang digunakan penjual dan pembeli untuk menentukan nilai harga. Media promosi merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk menarik konsumen terhadap sebuah jasa (Alma, 2006). Pemasaran melalui promosi yang baik memungkinkan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen tentang produk atau jasa yang dimiliki suatu perusahaan. Bentuk komunikasi yang baik ini antara perusahaan dan konsumen akan membantu proses pemasaran baik melalui periklanan, promosi penjualan, dan *digital marketing* (Jung dan Jeong, (2020).

2.2.1 Tujuan Promosi

Menurut Buchory dan Saladin (2017), dengan adanya media promosi dapat mempermudah pemasaran produk atau jasa kepada konsumen secara luas. Media sosial seperti *Instagram*, *twitter*, dan *website* dapat menjadi media promosi potensial dengan tingkat penggunaan yang tinggi (Kolter, 2014).

Menurut Rangkuti (2013), promosi dilakukan untuk memenuhi empat tujuan utama yaitu:

1. Merubah pandangan dan perilaku target sasaran produk dengan tujuan meningkatkan tingkat loyalitas dari konsumen kepada perusahaan.
2. Memperkenalkan produk, jasa kepada konsumen sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh konsumen.
3. Mendorong nilai persuasif yang bertujuan untuk menarik target sasaran yang lebih luas dari suatu produk.
4. Meningkatkan minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan dengan tetap memperhatikan kebutuhan konsumen. Sehingga diharapkan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap brand.

2.2.2 Jenis Media Promosi

Menurut Ardhi (2013) media promosi dibedakan menjadi dua macam kategori yang berbeda yaitu ATL (*Above The Line*) dan BTL (*Below The Line*).

1. ATL (*Above The Line*)

Above The Line merupakan jenis media pemasaran yang berfokus pada sasaran yang luas sehingga tidak memiliki target pasar yang pasti. Jenis media ini cenderung menyampaikan promosi dengan media yang dapat dilihat orang banyak terutama pada sarana publik atau media masa. Contoh dari media ini adalah radio, televisi, baliho, dan *billboard*.

2. BTL (*Below The Line*)

Below The Line merupakan jenis media pemasaran yang memiliki target pasar yang spesifik sehingga target pasar tidak melebar dan terfokus pada beberapa media saja. Ciri dari promosi ini adalah media yang disampaikan melalui pendekatan personal seperti spanduk, poster, brosur, dan kupon.

Menurut Terence (2012) promosi memiliki beberapa fungsi yang sangat penting dalam proses pemasaran sebuah perusahaan. Terdapat beberapa bentuk manfaat yang dimiliki oleh promosi, yaitu:

1. Informasi

Dengan adanya promosi bertujuan untuk membuat konsumen untuk mengetahui apa yang menjadi fokus informasi yang ingin disampaikan oleh sebuah perusahaan. Promosi mencakup informasi seperti fitur dan manfaat dari produk atau jasa yang dimiliki sebuah Perusahaan.

2. Persuasi

Dengan adanya promosi akan membantu sebuah perusahaan untuk dapat dikenal oleh calon konsumen. Promosi dapat memberikan informasi yang berpotensi membuat calon konsumen menjadi tertarik untuk mengetahui informasi lain dari apa yang ditawarkan sebuah perusahaan.

3. Mengingat

Promosi membantu perusahaan untuk dapat dikenang oleh target pasar. Promosi secara berkala membuat produk atau jasa dapat lebih mudah dikenal oleh target pasar.

4. Adding Value

Promosi dapat menjadi media untuk mengenalkan penawaran atau inovasi yang diberikan oleh Perusahaan kepada calon konsumen. Promosi dapat menyampaikan nilai dari sebuah produk atau jasa yang bertujuan mengubah persepsi konsumen.

2.3 Fotografi

Menurut Sharma (2013), fotografi merupakan media komunikasi yang mengungkapkan pesan menggunakan media visual. Fotografi menyampaikan visual dengan menggunakan pengambilan gambar dengan medium kamera. Fotografi merupakan keterampilan seni untuk mengubah informasi menjadi visual yang menarik dengan menjadikan suatu moment atau objek menjadi memiliki makna atau bercerita di dalamnya.

2.3.1 Metode Perancangan

Dalam pengaplikasian fotografi terdapat beberapa metode-metode perancangan yang digunakan dalam melakukan perhitungan dalam

menciptakan keharmonisan visual dalam sebuah gambar. Dalam perancangan dilakukan metode komposisi dalam menciptakan visual yang dapat diterima oleh audiens.

1. Framing

Framing merupakan pengaplikasian komposisi yang digunakan untuk menentukan ruang dalam sebuah gambar. Framing berfungsi dalam memberikan bantuan arah pada audiens untuk berfokus pada suatu objek tertentu dalam sebuah foto agar lebih menarik.

2. Balance

Merupakan model perancangan visual yang bertujuan menciptakan dinamika bentuk visual untuk memberikan sinergi dalam sebuah foto.

3. Depth

Merupakan pengaturan persepsi audiens yang dibangun dengan jarak antara objek dan background. Depth digunakan untuk menentukan fokus utama dalam objek.

4. Rule of Third

Merupakan proses perancangan yang menggunakan membagi ruang dalam Sembilan kotak imajiner. Rule of Third digunakan dalam membagi keseimbangan dan harmoni dalam sebuah gambar sehingga fokus utama dalam gambar dapat mudah dipahami oleh audiens.

5. Point of view

Merupakan proses penyampaian perspektif yang menunjukkan pesan dalam sebuah foto. Point of View digunakan dalam melakukan proses perancangan visual yang memiliki emosi dengan memanduk objek dengan background.

2.3.2 Jenis Fotografi

Dalam melakukan fotografi terdapat beberapa jenis fotografi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada audiens. Berikut merupakan jenis-jenis fotografi:

1. Landscape fotografi

Merupakan Teknik pengambilan gambar dengan memfokuskan pada pemandangan atau area luas sebagai objek foto. Landscape sering digunakan sebagai cara fotografer memberikan nuansa pemandangan dan kemegahan.

2. Portrait fotografi

Merupakan Teknik dengan memanfaatkan objek manusia sebagai objek utam dalam sebuah foto. Portrait fotografi merupakan Teknik untuk menghidhlight ekspersi dan kedalaman dari background sebuah foto.

3. Photo Story

Merupakan Teknik fotografi yang mendorong foto dalam sebuah kegiatan atau aktifitas yang digabungkan dengan background sebagai cara menjelaskan sebuah foto kepada audiens. Teknik ini berfokus dalam memberikan kesan nostakgia atau kedekatan dengan sebuah foto.

2.4 Pariwisata

Menurut Wahid (2015), Pariwisata merupakan kegiatan *outdoor* yang dilakukan dari satu tempat ke tempat lain. Pariwisata memiliki tempo waktu yang sementara baik dilakukan secara individual maupun berkelompok. Ditujukan untuk mencari hal yang berbeda dari rutinitas.

2.4.1 Jenis Pariwisata

Pariwisata dapat dibedakan menjadi beberapa bentuk yaitu:

1. Pariwisata berdasarkan kuantitas orang yang pergi
2. Pariwisata berdasarkan dorongan motivasi
3. Pariwisata berdasarkan waktu tempuh
4. Pariwisata berdasarkan lokasi
5. Pariwisata berdasarkan angkutan umum

6. Pariwisata berdasarkan range usia (Muljadi,2009).

2.4.2 Unsur-unsur Pariwisata

Menurut Kurniawan (2015), untuk menjadi pariwisata yang baik diperlukan unsur-unsur pengembangan guna mengembangkan pariwisata sebagai berikut:

1. Atraksi, merupakan daya tarik yang ditimbulkan karena faktor lingkungan atau alam, flora, dan fauna. Cenderung memiliki kesan sejarah atau wisata alam.
2. Transportasi, merupakan faktor wisata yang sangat erat dengan akomodasi. Transportasi berfungsi sebagai layanan perjalanan yang fleksibel sehingga memudahkan orang-orang yang ingin berpariwisata untuk mendapatkan akses ke lokasi dalam waktu singkat.
3. Akomodasi, merupakan tempat untuk beristirahat dan juga keperluan umum lainnya. Digunakan sebagai media penunjang lamanya orang untuk bepergian.
4. Fasilitas Pelayanan, merupakan layanan yang bersifat konsumtif. Umumnya berisikan keperluan pokok seperti pakaian dan makanan. Fasilitas juga mencakup keperluan sandang seperti hiburan dan aksesoris.
5. Infrastruktur, berfungsi sebagai pendukung pelayanan seperti pemenuhan keperluan Kesehatan dan juga keperluan-keperluan dasar lainnya seperti sarana jalan dan transportasi, listrik dan pembuangan limbah.

2.5 Perhotelan

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi public yang dikelola secara pribadi atau komersial, menyediakan tempat singgah sementara bagi pengunjung domestik dengan pelayanan penginapan (Bagyono, 2014). Hotel menawarkan bangunan dengan layanan berupa akomodasi yang dilakukan setelah melakukan pembayaran tanpa adanya perjanjian khusus (Sulstiyono, 2011). Adapun hotel dibagi menjadi beberapa klasifikasi yang dibagi menjadi beberapa kategori angka

yang diwakilkan dengan angka 1-5. Hotel Bintang 2 Merupakan hotel dengan fasilitas yang lebih terawat dan rapi. Hotel ini memiliki minimal 20 kamar standar dengan luas minimal 22 m² dan 1 kamar tipe suite dengan luas kamar minimal 44 m². Hotel juga dilengkapi dengan *restaurant* dan bar sebagai fasilitas tambahan.

2.5.1 Hotel Efitia

Hotel Efitia merupakan salah satu Hotel yang ada di kota Bogor tepatnya pada Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah. Hotel Efitia terletak pada persimpangan Pasar Anyar dan juga berdekatan dengan beberapa tempat terkenal di Bogor, seperti Taman Sempur, Alun-alun Kota Bogor, dan Vihara Dhanagun. Hotel Efitia memiliki fasilitas yang cukup lengkap meliputi *bathtub*, furnitur, layanan kamar, dan juga staf hotel yang ramah (Ranie P. 2016).

Hotel Efitia menawarkan penginapan dengan biaya murah dengan suasana tradisional dan desain interior bergaya retro. Hotel Efitia memiliki keunggulan dalam lokasi dan juga kualitas pelayanan kamar yang baik. Selain keunggulan, Hotel Efitia memiliki beberapa kelemahan yaitu ini tidak memiliki promosi yang baik seperti *website* dan juga media promosi lainnya, sehingga kurang diketahui oleh masyarakat dalam maupun luar kota (Eric E, 2017). Hotel Efitia hanya memiliki media informasi pada beberapa layanan *market place* untuk pemesanan kamar, namun tidak dilengkapi dengan keterangan layanan yang dimilikinya.

Dengan keunggulan dan kekurangan yang dimiliki Hotel Efitia, Hotel Efitia memiliki visi dan misi untuk memberikan pelayanan tradisional kota Bogor dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Hotel Efitia juga memberikan layanan khusus bagi *event-event* perlombaan tingkat kota dan provisi untuk memberikan potongan harga khusus.