

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain merupakan kegiatan kreatif yang melibatkan perencanaan dan perancangan yang biasanya bersifat fungsional untuk memecahkan suatu masalah tertentu sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat yang lebih besar (Thabroni, 2019). Desain komunikasi visual berkaitan dengan seni penyampaian pesan atau informasi (*arts of communication*) menggunakan bahasa visual (*visual language*) yang dikomunikasikan melalui media dengan tujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengubah perilaku *target audience* sesuai dengan hasil yang diinginkan (Anggraini & Nathalia, 2014).

2.1.1 Desain Grafis

Desain grafis merupakan suatu bentuk komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan ide atau informasi kepada *audiens*. Menurut Landa (2011), desain yang efektif dapat mempersuasi, menginformasikan, maupun membangun sebuah *brand*.

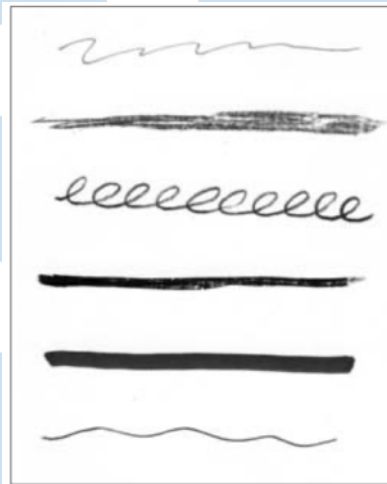
2.1.2 Elemen Grafis

Seorang desainer grafis perlu memahami elemen dasar desain grafis seperti garis, bentuk, warna, dan tekstur yang digunakan sebagai fondasi dalam mendukung proses penciptaan visual. Berikut adalah elemen dasar desain yang dibagi menjadi empat elemen yaitu (Landa, 2011):

2.1.2.1 Garis

Garis merupakan sekumpulan titik yang dibuat memanjang mengikuti arah tertentu sehingga *audiens* dapat melihatnya dengan lebih jelas dan mendalam. Titik adalah elemen terkecil dari suatu garis yang biasanya berbentuk lingkaran. Pada media berbasis layar, titik dikenal sebagai *pixel* yang berbentuk persegi. Garis digunakan untuk memperjelas suatu bentuk, menentukan batasan wilayah, dan

membantu dalam perancangan komposisi visual. Garis memiliki berbagai kualitas yang sesuai dengan konsep desain seperti garis tebal, tipis, halus, dan kasar. Kualitas dari setiap garis mempengaruhi kesan *audiens* ketika melihatnya.

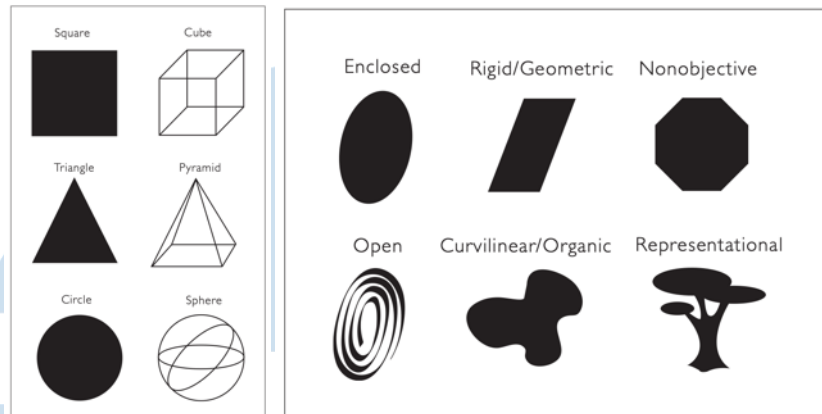


Gambar 2.1 Kualitas Garis
Sumber: Landa (2011)

2.1.2.2 Bentuk

Bentuk merupakan penggambaran sejumlah garis yang digabungkan dan menghasilkan sesuatu yang baru. Kualitas suatu bentuk tergantung pada bagaimana bentuk itu digambarkan. Dalam hal ini, bentuk dapat dibuat berbagai macam sesuai dengan keinginan. Suatu bentuk biasanya datar atau dua dimensi dimana memiliki ukuran tinggi dan lebar. Sebelum berubah menjadi bentuk-bentuk bervolume seperti bola, kubus, dan piramida, segala bentuk bermula dari bentuk-bentuk dasar seperti lingkaran, persegi, dan segitiga.

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



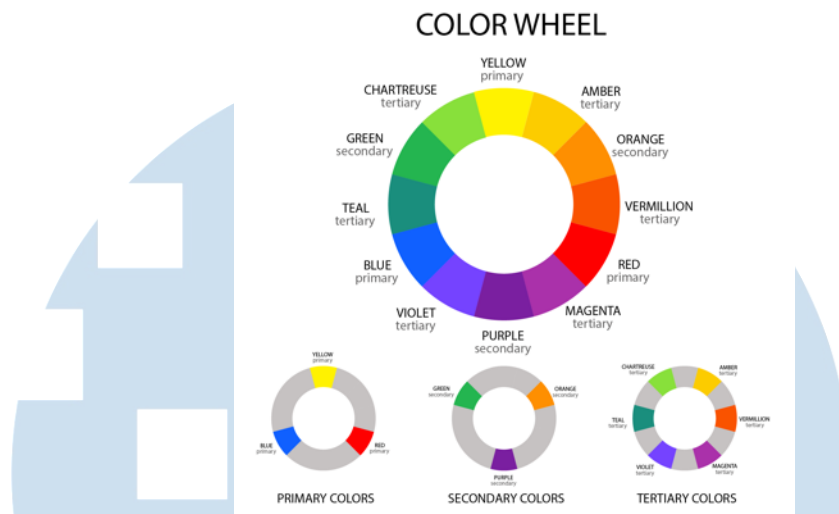
Gambar 2.2 Variasi Bentuk
Sumber: Landa (2011)

2.1.2.3 Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang tercipta dari pantulan cahaya yang mengenai suatu benda. Dalam desain, warna memegang peranan yang penting. Terdapat tiga kategori warna menurut Landa (2011), yaitu *hue*, *value*, dan *saturation*. *Hue* adalah nama dari warna-warna itu sendiri seperti merah, kuning, hijau, atau biru. *Value* adalah tingkat gelap terangnya suatu warna. *Saturation* adalah tingkat kecerahan atau kekusaman suatu warna.

1. Skema Warna

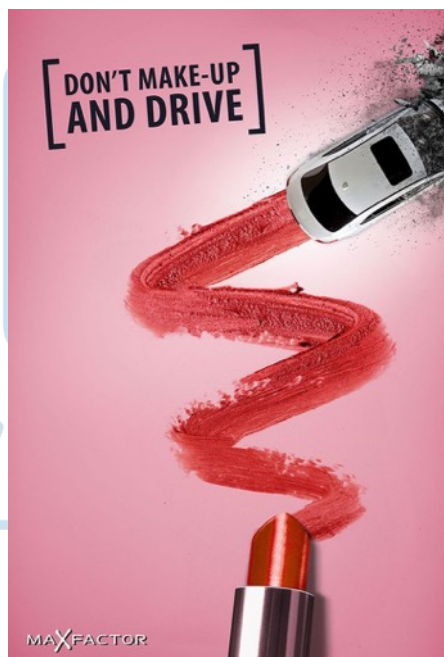
Adalah kombinasi atau perpaduan warna yang digunakan dalam berbagai konteks seni dan desain. Istilah “skema warna” seringkali dikaitkan dengan roda warna atau *color wheel*. Dalam implementasinya, skema warna digunakan oleh desainer sebagai panduan dalam menggunakan warna yang sesuai dengan kebutuhan. Sebagaimana yang disampaikan dalam buku *Color Design Workbook*, roda warna merupakan cara untuk memvisualisasikan hubungan antar warna yang dikenal dengan istilah *color harmony* (Terry, Adams, & Morioka, 2017).



Gambar 2.3 *Color Wheel*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/337699672064194238/>

Dengan menggunakan skema warna seperti *complementary*, *split complementary*, *double complementary*, *analogous*, *triadic*, dan *monochromatic*, desainer dapat menciptakan perpaduan warna yang harmonis (Terry, Adams, & Morioka, 2017). Pemilihan warna harus tepat karena warna dapat mempengaruhi kesan *audiens* dan menimbulkan reaksi tertentu.



Gambar 2.4 Kombinasi Warna pada Poster

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3870349672101352/>

2. Sifat Warna

Berdasarkan sifatnya, warna dibedakan menjadi dua yaitu:

a. Warna panas

Warna panas biasanya menunjukkan sifat yang hangat, dinamis, agresif, aktif, positif, dan merangsang. Warna panas dapat menstimulasi sisi energi dan semangat. Contoh yang termasuk warna panas yaitu warna merah, merah-oranye, oranye, kuning-oranye, kuning, dan merah-ungu.

b. Warna dingin

Warna dingin memberikan kesan kalem, damai, pasif, negatif, dan kurang mencolok. Warna dingin dapat menstimulasi sisi melankolis. Contohnya seperti warna hijau, hijau kebiruan, biru, biru keunguan, dan ungu.



Gambar 2.5 Pembagian Warna Panas dan Warna Dingin
Sumber: <https://thecolorsmeaning.com/color-theory-and-color-wheel/>

3. Psikologi warna

Setiap warna memiliki arti dan makna tersendiri yang unik, yang memberikan emosi tertentu kepada *audiens*. Emosi yang diterima *audiens* dapat mempengaruhi persepsi. Seperti warna merah memberikan arti semangat, kekuatan; kuning memberikan arti sukacita; biru memberikan arti damai; hijau

memberikan arti segar; putih memberikan arti bersih; hitam memberikan arti kuat, dan lainnya.

2.1.3 Prinsip Desain

Seorang desainer harus memahami prinsip dasar desain agar dapat melaksanakan pekerjaannya secara efektif. Prinsip desain merupakan konsep atau landasan mendasar yang diterapkan pada komposisi setiap elemen desain, seperti konsep, warna, bentuk, tipografi, dan lain sebagainya (Landa, 2011). Karakteristik prinsip desain adalah fleksibel dan mampu beradaptasi menyesuaikan konteks desain yang dibuat. Prinsip-prinsip desain yang tercantum di bawah ini adalah prinsip-prinsip yang diuraikan oleh Landa (2011):

2.1.3.1 Format

Format merupakan batasan yang ditentukan pada suatu desain dan ditampilkan pada media yang digunakan untuk mendesain, seperti lembaran kertas, layar ponsel, *billboard*, dan lainnya. Media brosur dengan format berlipat-lipat, perlu memperhatikan desainnya agar terlihat jelas. Begitu juga pada media majalah dengan format persegi panjang.

Format tersedia dalam beragam bentuk dan ukuran sehingga para desainer memiliki kebebasan dalam merancang sebuah desain disesuaikan dengan medianya.



Gambar 2.6 Format Iklan *Billboard*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1118018676215081968/>

2.1.3.2 Keseimbangan

Keseimbangan adalah kestabilan yang dicapai dengan mendistribusikan bobot visual secara merata pada setiap elemen komposisi desain. Komposisi yang seimbang berpotensi menciptakan komunikasi yang stabil dengan *audiens*. *Audiens* tidak menyukai komposisi yang tidak seimbang dan cenderung bereaksi negatif terhadap ketidakstabilan.

Keseimbangan terbagi menjadi tiga jenis, yaitu keseimbangan simetris, asimetris, dan radial. Simetris adalah mendistribusikan bobot visual secara merata di kedua sisi. Pada desain simetris, elemen visual berpusat di tengah seperti pantulan cermin. Asimetris adalah membagi bobot visual yang tidak perlu secara merata di kedua sisi. Radial adalah keseimbangan yang tercipta dengan menggabungkan simetri horizontal dan vertikal dimana elemen memancar dari suatu titik di tengah komposisi.



Gambar 2.7 Keseimbangan dalam Kampanye

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/208432288990808261/>

2.1.3.3 Hirarki Visual

Hirarki visual adalah prinsip desain utama yang membantu mengatur keseluruhan informasi. Penggunaan hirarki visual untuk memandu *audiens* dengan menyusun setiap elemen grafis sesuai dengan *emphasisnya*. Penekanan juga dikenal sebagai *emphasis*

adalah proses memfokuskan suatu elemen visual menurut kepentingannya sehingga suatu elemen terlihat menonjol dan dominan dari elemen lainnya. Melalui penyusunan elemen grafis berdasarkan kepentingannya, maka *audiens* dapat mengerti dan memahami maksud yang ingin disampaikan.



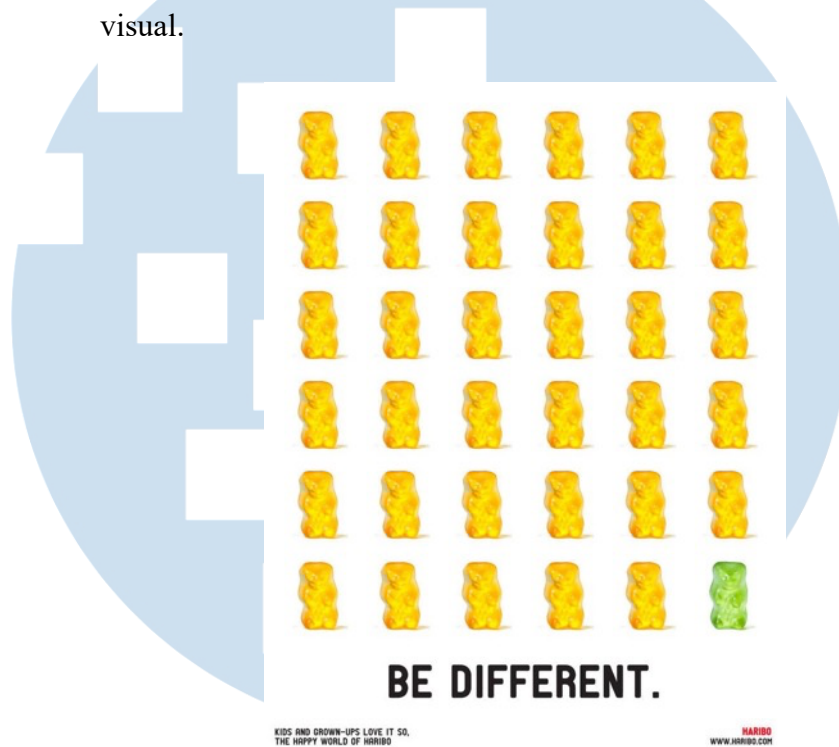
Gambar 2.8 Hirarki Visual dalam Desain Poster
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/160440805468796375/>

Perancang perlu menentukan elemen grafis mana yang harus ditekankan dan urutan yang akan dilihat *audiens* pertama, kedua, ketiga, dan seterusnya. *Emphasis* berkaitan erat dengan penetapan titik fokus. Titik fokus merupakan bagian yang paling ditekankan dari desain yang dibentuk dari posisi, ukuran, bentuk, arah, rona, nilai, saturasi, dan tekstur elemen grafis.

2.1.3.4 Irama

Dalam irama desain terjadi pengulangan yang kuat dan konsisten serta elemen ritme yang mampu mengarahkan *audiens* dari satu bagian ke bagian lain. Kunci untuk menciptakan ritme dalam desain adalah repetisi dan variasi. Repetisi adalah pengulangan

beberapa elemen visual menjadi jumlah yang lebih banyak dan konsisten. Variasi mengacu pada modifikasi sebuah pola atau elemen desain, seperti warna, ukuran, bentuk, jarak, posisi, dan berat visual.



Gambar 2.9 Irama dalam Desain Poster
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/774124925438843/>

2.1.3.5 Kesatuan

Kesatuan adalah kumpulan elemen grafis dalam sebuah desain yang saling berhubungan erat satu sama lain sehingga menciptakan satu kesatuan utuh yang padu dan koheren. Istilah kesatuan mengacu pada *gestalt* yang menekankan persepsi bentuk secara keseluruhan, mengatur pemikiran visual, dan memperoleh hukum tertentu dari organisasi perseptual yang memengaruhi bagaimana membangun kesatuan dalam desain. Berikut aturan persepsi elemen-elemen desain.

1. *Similarity*

Elemen visual yang mempunyai karakteristik serupa dalam bentuk, warna, atau arah sehingga tampak saling berkaitan satu dengan yang lain.

2. *Proximity*

Elemen visual yang saling berdekatan satu sama lain sehingga dianggap sebagai satu kesatuan.

3. *Continuity*

Elemen visual yang saling terkoneksi satu dengan yang lain sebagai kelanjutan dari elemen sebelumnya sehingga menciptakan sebuah kesan gerakan.

4. *Closure*

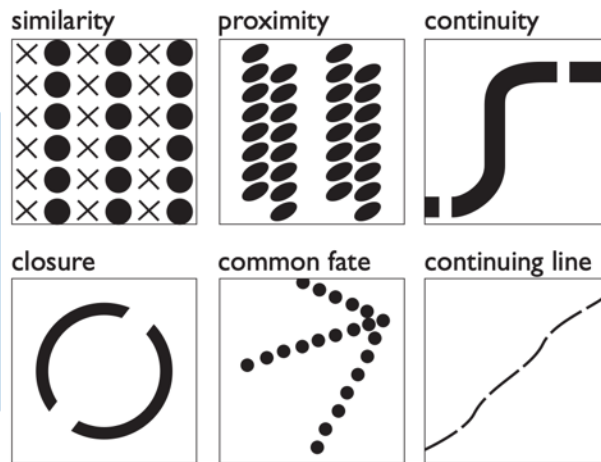
Penggambaran elemen visual yang saling terhubung sehingga menghasilkan bentuk, unit, atau pola tertentu.

5. *Common Fate*

Elemen visual yang cenderung dianggap sebagai sebuah satu kesatuan karena memiliki arah gerakan serupa.

6. *Continuing Line*

Elemen garis yang berkelanjutan mengikuti jalur. Apabila terdapat dua garis yang terputus, *audiens* tetap akan melihat keseluruhan gerakan dan bukan hanya garis yang putus sehingga disebut garis tersirat.



Gambar 2.10 Hukum Organisasi Perseptual
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/208432288990808261/>

2.1.4 Tipografi

Dalam buku yang berjudul *The Fundamentals of Graphic Design*, tipografi adalah cara untuk menggambarkan ide tertulis dalam bentuk visual (Ambrose, Harris, & Ball, 2019). Tipografi menjadi salah satu komponen terpenting yang berkontribusi pada pembentukan karakter dan sisi emosional desain. Tipografi memiliki istilah *typeface* dan *font*. *Typeface* adalah desain yang terdiri dari kumpulan huruf, angka, simbol, tanda baca, dan tanda aksen atau diakritik yang ditampilkan dalam bahasa visual yang sama. *Font* adalah variasi yang memiliki gaya, berat, dan ukuran tertentu.

2.1.4.1 Spasi dalam Tipografi

Dalam tipografi, spasi antar elemen tipografi memegang peran yang sangat besar dalam penyampaian pesan. Penggunaan spasi yang tepat dapat membuat komunikasi menjadi lancar. Sebaliknya, penggunaan spasi yang kurang tepat dapat menurunkan efektivitas komunikasi. Spasi dalam tipografi mencakup jarak antar huruf atau *kerning*, jarak antar kata atau *word spacing*, dan jarak antar baris atau *leading* (Sihombing, 2001).

1. Jarak antar huruf atau *kerning*

Penyesuaian jarak antar satu huruf dengan huruf lainnya secara *horizontal*. Pengukuran jarak antar huruf dihitung dengan sistem unit.

2. Jarak antar kata atau *word spacing*

Jarak antar kata dengan kata lainnya secara *horizontal*. Pengukuran jarak antar kata secara tradisional menggunakan potongan metal atau *quad*. Satuan dari *quad* adalah *em*.

3. Jarak antar baris atau *leading*

Jarak antar satu baris dengan baris lainnya secara *vertical*. Pengukuran jarak antar baris dihitung dengan menggunakan satuan *point*.

2.1.4.2 Klasifikasi Tipografi

Tipografi dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis seperti yang diutarakan oleh Landa (2014) yaitu sebagai berikut:

1. *Old Style or Humanist*

Tipografi romawi yang muncul pada akhir abad ke-15 dan sebagian besar berasal dari huruf tulisan tangan dengan ujung pena lebar. Jenis huruf ini memiliki karakteristik *serif* dengan sudut. Contohnya adalah Garamond, Caslon, Hoefler Text, dan Times New Roman.

2. *Transitional*

Tipografi jenis *serif* pada abad ke-18, yang merupakan peralihan dari gaya tradisional ke gaya modern. Contoh dari typeface ini adalah Century, Baskerville, dan ITC Zapf Internasional.

3. *Modern*

Tipografi jenis *serif* yang muncul pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Jenis huruf ini memiliki karakteristik bentuk yang lebih geometris, simetris, goresan yang kontras dengan tingkat ketebalan yang berbeda dan terlihat berbeda dengan

gaya tipografi lama. Contoh jenis huruf ini adalah Walbaum, Didot, dan Bodoni.

4. *Slab Serif*

Huruf *serif* yang dicirikan dengan berat dan memiliki *slab*, diperkenalkan pada awal abad ke-19 dengan subkategori yang meliputi Egyptian dan Clarendon. Contoh dari jenis huruf ini adalah ITC Lubalin Graph, Bookman, Clarendon, American Typewriter, dan Memphis.

5. *Sans Serif*

Tipografi yang ditandai dengan tidak adanya *serif* dan memiliki ketebalan goresan yang sama, diperkenalkan pada abad ke-19. Contohnya adalah Universal, Helvetica, Grotesque, Franklin Gothic, Futura, dan Univers.

6. *Gothic*

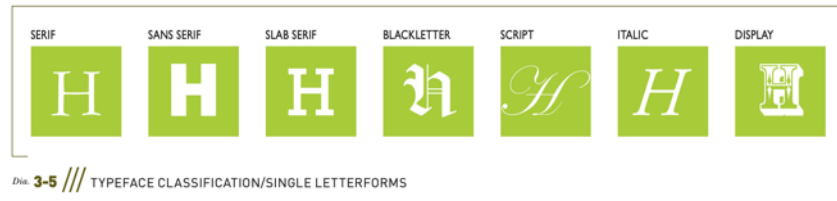
Gothic atau *blackletter* adalah tipografi yang berasal dari bentuk huruf manuskrip abad ke-13 hingga ke-15. Memiliki karakteristik berupa goresan yang tebal dengan sedikit lengkungan. Contohnya adalah Schwabacher, Rotunda, dan Fraktur.

7. *Script*

Tipografi ini memiliki rupa seperti tulisan tangan. Karakter *Script* biasanya miring dan sering digabungkan. Contoh jenis huruf ini adalah Shelly Allegro Script, Brush Script, dan Snell Roundhand Script.

8. *Display*

Tipografi ini umumnya digunakan pada penulisan *headline* dan judul karena memiliki tingkat keterbacaan yang rendah jika digunakan sebagai *body text*. Hal tersebut karena jenis huruf ini memiliki sifat yang dekoratif.



Gambar 2.11 Klasifikasi Tipografi
Sumber: Landa (2014)

2.1.4.3 Type Style

Type style merupakan varian dari *type* yang dikelompokkan berdasarkan tingkat ketebalan (*weight*), kelebaran (*width*), dan sudut pandang (*angle*). Menurut Ambrose, Harris & Ball (2019), *type style* dalam *design* dapat berupa *roman*, *italic*, *condensed*, *extended*, *boldface*, dan *light or thin*.

1. Roman

Potongan dasar dari sebuah jenis huruf adalah versi Romawi, yang disebut karena prasasti yang ditemukan pada monumen Romawi.

Roman

Gambar 2.12 Roman
Sumber: Ambrose & Harris (2019)

2. Italic

Jenis huruf yang digambar berdasarkan sumbu miring. Biasanya jenis huruf ini dirancang untuk tipografi serif.

Italic

Gambar 2.13 Italic
Sumber: Ambrose & Harris (2019)

3. Condensed

Tipe huruf yang lebih sempit dibandingkan dengan potongan roman. Jenis huruf ini berguna ketika ruang terbatas.



Condensed

Gambar 2.14 Condensed
Sumber: Ambrose & Harris (2019)

4. Extended

Tipe huruf dengan versi yang lebih luas dari tipe romawi. Jenis ini sering digunakan pada bagian *headline* untuk mengisi ruang kosong.



Extended

Gambar 2.15 Extended
Sumber: Ambrose & Harris (2019)

5. Boldface

Bold, boldface, medium, semi-bold, black, super, semuanya mengacu pada jenis huruf dengan goresan yang lebih lebar daripada potongan roman.



UNIV **Boldface**
MULTIMEDIA

Gambar 2.16 Bold
Sumber: Ambrose & Harris (2019)



UNIV **NUSANTARA**
MULTIMEDIA

6. Light or Thin

Versi potongan roman yang lebih tipis



Gambar 2.17 Light or Thin
Sumber: Ambrose & Harris (2019)

2.1.5 Layout

Layout adalah penempatan setiap elemen seperti gambar, tulisan, dan elemen lainnya yang ada dalam sebuah desain dengan mempertimbangkan ruang dan estetika. Tujuan utama *layout* adalah untuk menampilkan dengan jelas setiap elemen dan visual yang ingin dikomunikasikan secara efektif. *Layout* yang tersusun dengan baik dapat menyampaikan pesan dan emosi tertentu kepada *audiens* (Poulin, 2018).

2.1.6 Grid

Grid adalah panduan berupa garis *vertical* dan *horizontal* yang membagi format menjadi kolom dan margin (Landa, 2018). *Grid* berfungsi mengatur setiap elemen visual ke dalam suatu komposisi yang memudahkan *audiens* dalam membaca dan memahami pesan. Seorang desainer perlu mengatur *grid* agar halaman yang disusun memiliki kontinuitas, kesesuaian, kesatuan, dan alur visual. *Grid* dapat dibagi menjadi:

1. *Single Column Grid*

Merupakan jenis *grid* paling dasar atau juga disebut sebagai *manuscript grid*. *Single column grid* cocok digunakan untuk jenis teks yang panjang dan berkelanjutan seperti pada buku. Margin pada *grid* berfungsi sebagai bingkai yang mengelilingi bagian atas, bawah, kiri, dan kanan halaman. Margin membantu desainer dalam menempatkan konten agar tetap aman.



Gambar 2.18 Single Column Grid

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/146718900352544649/>

2. Multi Column Grid

Di antara *column grid* lainnya, *grid* ini adalah yang paling fleksibel karena dapat dibuat bervariasi. *Multi column grid* terbentuk dari hasil pembagian *single column grid* ke beberapa kolom baik secara simetris maupun asimetris. Pembagian kolom bergantung pada konsep, tujuan, dan cara desainer dalam menyajikan konten.



Gambar 2.19 Multi Column Grid

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/5488830787784760/>

3. *Modular Grid*

Modular grid terdiri dari *grid modules* yang dibentuk dari perpotongan kolom *vertical* dan garis aliran *horizontal*. *Grid* ini cocok digunakan untuk informasi yang disertai dengan teks dan gambar.



Gambar 2.20 *Modular Grid*

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/9570217951542199/>

2.2 Ilustrasi

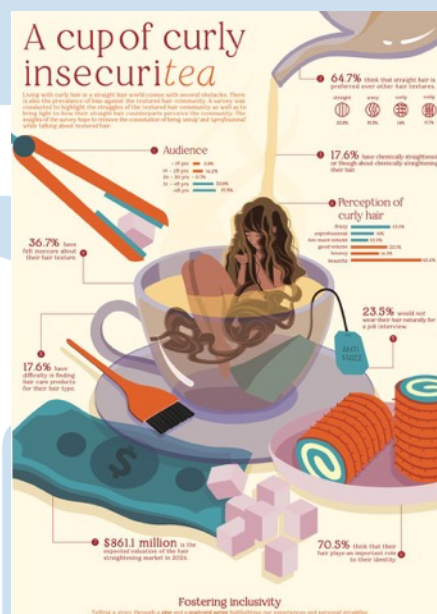
Ilustrasi adalah gambar buatan tangan yang dimaksudkan sebagai elemen pelengkap dari teks cetak atau digital untuk menyempurnakan isi pesan teks (Landa, 2014). Menurut Male (2017), ilustrasi merupakan cara mengkomunikasikan pesan kontekstual kepada *audiens*. Ilustrasi dapat membantu menggambarkan keseluruhan cerita tanpa menggunakan kata-kata. Setiap ilustrasi yang dibuat mempunyai bahasa atau gaya visual sendiri yang berfungsi sebagai alat untuk membedakan ilustrasi berdasarkan genre tertentu.

2.2.1 Peran Ilustrasi

Dalam buku *Illustration: A Theoretical Contextual Perspective* edisi kedua oleh Male (2017), menjelaskan beberapa peran ilustrasi sebagai berikut:

1. Informasi

Ilustrasi dapat digunakan untuk mengilustrasikan dokumentasi, referensi, penjelasan, pendidikan, dan instruksi dengan bahasa visual yang literal, sederhana atau kompleks, maupun konseptual. Melalui ilustrasi, informasi dapat lebih mudah terserap dengan baik oleh *audiens* sehingga *audiens* dapat memahami isi informasi yang ingin disampaikan (Male, 2017).



Gambar 2.21 Ilustrasi sebagai Informasi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/1900024836112096/>

2. Komentar

Ilustrasi dapat memberikan komentar atau kritik terhadap permasalahan yang sedang beredar di masyarakat. Gaya ilustrasi ini mirip dengan penjournalan seperti yang terlihat pada surat kabar dan majalah. Dalam industri media, ilustrasi dengan

beragam tema dan topik sering digunakan sehingga penggunaannya bersaing dengan fotografi (Male, 2017).



Gambar 2.22 Ilustrasi sebagai Komentar
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/6403624463993465/>

3. Cerita

Ilustrasi seringkali didasarkan pada narasi atau cerita yang bersumber dari karya fiksi. Ilustrasi cerita dapat dijumpai pada buku anak-anak, komik, dan novel grafis. Cerita yang disertai dengan ilustrasi dapat memicu imajinasi *audiens* yang kemudian dapat meningkatkan emosi, persepsi, dan perasaan (Male, 2017).



Gambar 2.23 Ilustrasi sebagai Cerita
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/591449363573081731/>

4. Persuasi

Peran ilustrasi sebagai persuasi sering digunakan dalam pemasaran produk, jasa, dan kampanye. Umumnya, ilustrasi persuasif dibuat semenarik dan sejelas mungkin agar *audiens* yang dituju terdorong untuk membeli dan melakukan tindakan tersebut.



Gambar 2.24 Ilustrasi sebagai Persuasi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3448137208265729/>

5. Identitas

Sebagai identitas, ilustrasi biasanya digunakan untuk tujuan mengenalkan suatu merek atau perusahaan kepada *audiens*. Memanfaatkan ilustrasi sebagai alat identifikasi juga dapat membantu *audiens* dalam membedakan identitas yang satu dengan yang lainnya sehingga tercipta kesan unik di benak *audiens*.

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 2.25 Ilustrasi sebagai Identitas
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/167196204910739343/>

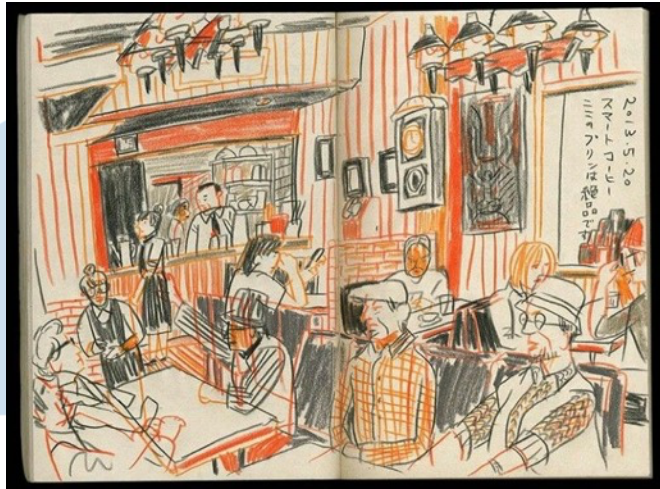
2.2.2 Medium Ilustrasi

Zeegen (2012) membagi proses ilustrasi menjadi empat bagian dalam bukunya *The Fundamentals of Illustration*, yaitu:

1. Ilustrasi tangan

Ilustrasi tangan memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi, suasana hati, atau momen. Teknik ilustrasi tangan sering disebut sebagai teknik tradisional yang memerlukan pemahaman dan pengalaman dari latihan yang dilakukan selama bertahun-tahun.

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 2.26 Ilustrasi Tangan

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/231161393370557950/>

2. Ilustrasi Fotografi

Seorang ilustrator biasanya memanfaatkan kamera sebagai alat untuk mendokumentasikan sesuatu, menjadi referensi visual yang nantinya dipindahkan ke dalam suatu bidang gambar. Referensi fotografi berperan dalam proses pembuatan ilustrasi.



Gambar 2.27 Ilustrasi Fotografi

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/15058979997249438/>

3. *Mixing Media*

Pada teknik ilustrasi ini, ilustrator memanfaatkan berbagai media seperti tradisional, digital, fotografi, dan lukisan menjadi satu sehingga informasi dapat disampaikan dengan lebih efektif melalui visual yang menarik.



Gambar 2.28 Ilustrasi *Mixing Media*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/4433299625933653/>

4. Ilustrasi Digital

Teknik ilustrasi yang didukung oleh teknologi seperti penggunaan *software* tertentu. Jenis *software* yang digunakan oleh ilustrator juga bervariasi tergantung dari preferensi masing-masing individu.

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 2.29 Ilustrasi Digital

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/422281208129109/>

2.2.3 Jenis-jenis Ilustrasi

Menurut Soedarso (2014), ilustrasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis sesuai penampilannya, yaitu:

1. Ilustrasi Naturalis

Ilustrasi naturalis adalah gambar yang memiliki bentuk dan warna yang sesuai dengan kenyataan (realis) yang ada tanpa adanya modifikasi apapun baik pengurangan maupun penambahan terhadap bentuk ilustrasinya.

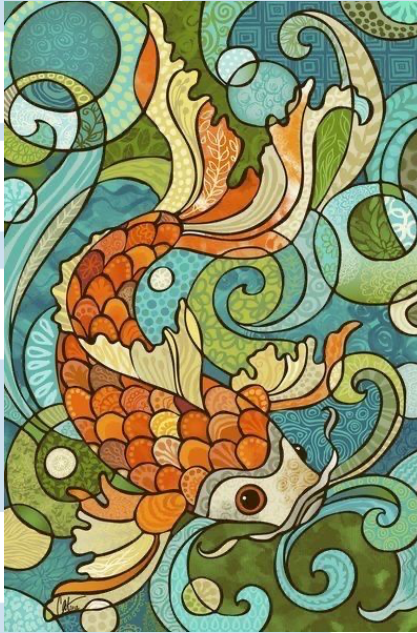


Gambar 2.30 Ilustrasi Naturalis

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/165648092537708055/>

2. Ilustrasi Dekoratif

Ilustrasi dekoratif adalah gambar yang berfungsi sebagai penghias sesuatu dengan bentuk yang disederhanakan atau dlebih-lebihkan.



Gambar 2.31 Ilustrasi Dekoratif

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/753649318926115992/>

3. Ilustrasi Kartun

Ilustrasi kartun adalah gambar yang memiliki bentuk-bentuk yang khas dan lucu. Jenis ilustrasi ini sering digunakan dalam buku anak-anak, komik, dan buku cerita bergambar.

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 Ilustrasi Kartun

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3518505952144724/>

4. Ilustrasi Karikatur

Ilustrasi karikatur adalah gambar yang berisi kritikan atau sindiran dimana dalam penggambarannya telah mengalami penyimpangan bentuk proporsi tubuh. Ilustrasi ini biasanya terdapat pada majalah atau koran.



Gambar 2.33 Ilustrasi Karikatur

Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3518505952144724/>

5. Ilustrasi Cerita Bergambar

Ilustrasi cerita bergambar adalah gambar yang diberi teks atau gambar sejenis komik. Teknik ilustrasi cerita bergambar dibuat dengan menyajikan cerita dengan menggunakan berbagai sudut pandang yang menarik.

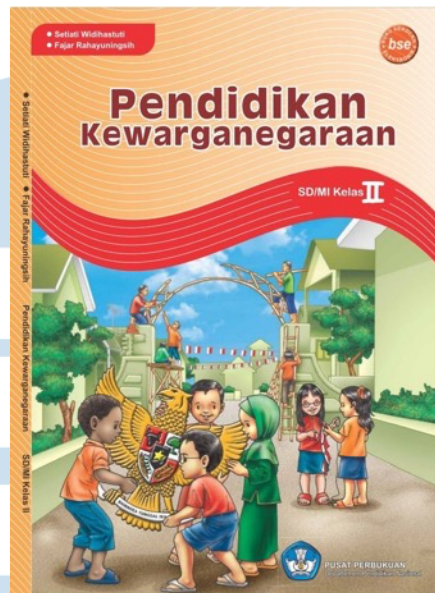


Gambar 2.34 Ilustrasi Cerita Bergambar
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/3518505952144724/>

6. Ilustrasi Buku Pelajaran

Ilustrasi buku pelajaran adalah gambar yang dirancang untuk menerangkan teks atau keterangan baik akademis maupun artistik. Ilustrasi ini bisa berupa foto, gambar natural, dan juga bentuk bagan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.35 Ilustrasi Buku Pelajaran
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/799811215094491734/>

7. Ilustrasi Khayalan

Ilustrasi khayalan adalah gambar hasil pengolahan daya cipta secara imajinatif, abstrak, dan bersifat khayalan. Penggambaran ilustrasi seperti ini banyak ditemukan pada ilustrasi cerita, novel, roman, dan komik.



Gambar 2.36 Ilustrasi Khayalan
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/578220039670356430/>

2.3 Strategi Komunikasi

Strategi merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan tertentu. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan berupa informasi, ide, atau pendapat dari penyampai pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan) dengan menggunakan media sebagai alat komunikasinya. Jadi, strategi komunikasi dapat diartikan sebagai suatu perencanaan yang dipergunakan untuk melancarkan proses komunikasi yang dilakukan antara komunikator dengan komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk menentukan strategi komunikasi yang efektif, seseorang harus mengkaji komponen-komponen komunikasi sesuai teori Harold D. Lasswell “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”.

1. *Who* (komunikator)

Komunikator adalah orang yang menyampaikan pesan dan menjadi sumber informasi.

2. *Says What* (pesan)

Pesan merupakan segala informasi yang disampaikan secara verbal maupun non verbal oleh pengirim kepada penerima.

3. *In Which Channel* (media yang digunakan)

Media merupakan suatu sarana penyampaian pesan yang digunakan komunikator untuk berkomunikasi dengan komunikan. Seorang komunikator harus mampu memilih media yang tepat dan sesuai agar pesan dapat tersampaikan secara efektif.

4. *To Whom* (komunikan)

Komunikan adalah individu atau kelompok yang menerima pesan

5. *With What Effect* (efek)

Efek adalah respon atau reaksi komunikan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dengan kata lain, efek digambarkan sebagai suatu akibat yang dirasakan dari proses komunikasi.

2.3.1 Model AIDA

Model AIDA merupakan salah satu model yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan kegiatan komunikasi. Elias. St. Elmo Lewis, seorang pelopor periklanan dan penjualan Amerika, mengembangkan model komunikasi AIDA pada akhir tahun 1800an. Model tersebut menjelaskan mengenai tahapan yang dilalui konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa. Model AIDA biasanya digunakan dalam pemasaran digital, strategi penjualan, dan kampanye hubungan masyarakat.

AIDA singkatan dari *Attention, Interest, Desire, dan Action*. Menurut Lewis, tahapan yang pertama dan terpenting adalah tahap menarik perhatian (*Attention*). Ketika sudah mendapat perhatian dari *audiens*, maka perlu menciptakan minat (*Interest*) di benak *audiens* agar mereka berkeinginan untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai informasi yang ada. Selanjutnya disertai dengan keinginan (*Desire*) *audiens* terhadap informasi yang diberikan karena sesuai dengan kebutuhan. Tahapan AIDA diakhiri dengan tindakan (*Action*) berupa keputusan *audiens* untuk melakukan perubahan terkait dengan informasi yang diperoleh. Tujuan penggunaan model komunikasi AIDA adalah untuk mempengaruhi konsumen atau target *audiens* dan mengetahui bagaimana responsnya terhadap suatu informasi.

2.4 Media Informasi

Menurut Joseph Turow (2019), media adalah sebuah wadah yang hadir dengan tujuan untuk mengirimkan suatu pesan. Informasi adalah sebuah fakta yang diperoleh dari hasil kesimpulan atau data yang mendukung suatu topik untuk dikomunikasikan kepada orang lain. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media informasi adalah sebuah wadah atau platform yang bertujuan untuk menyampaikan pesan informasi faktual kepada penerima pesan (*target audiens*).

2.4.1 Tujuan Media Informasi

Pada buku Joseph Turow (2019), masyarakat menggunakan media dalam 5 cara yaitu:

1. Media sebagai hiburan

Media sebagai hiburan dapat memenuhi kebutuhan *audiens* dengan memberikan perasaan senang dan menghibur sehingga *audiens* tidak merasa jenuh dengan aktivitasnya yang padat. Media ini dapat berbentuk komedi, drama, ataupun sinetron.

2. Media sebagai sahabat

Media sebagai sahabat dapat memberikan perasaan nyaman dan tenang layaknya seorang sahabat bagi *audiens*. Media ini biasanya bertujuan untuk meningkatkan *mood* dan mengurangi rasa kesepian *audiens*.

3. Media sebagai pengawas

Peran media sebagai pengawas yaitu untuk memberikan informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi di masyarakat. Bentuknya bisa berupa berita cuaca, laporan saham, dan lainnya.

4. Media sebagai penafsiran

Media sebagai penafsiran bertujuan untuk menganalisis suatu fenomena yang terjadi agar dapat menentukan tindakan selanjutnya.

5. Media dengan berbagai kegunaan

Suatu media dapat memiliki lebih dari satu kegunaan untuk tujuan pemenuhan kebutuhan *audiens*.

2.4.2 Jenis Media Informasi

Menurut Baer (2008) dalam bukunya yang berjudul , media informasi terbagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. *Printed Matter*

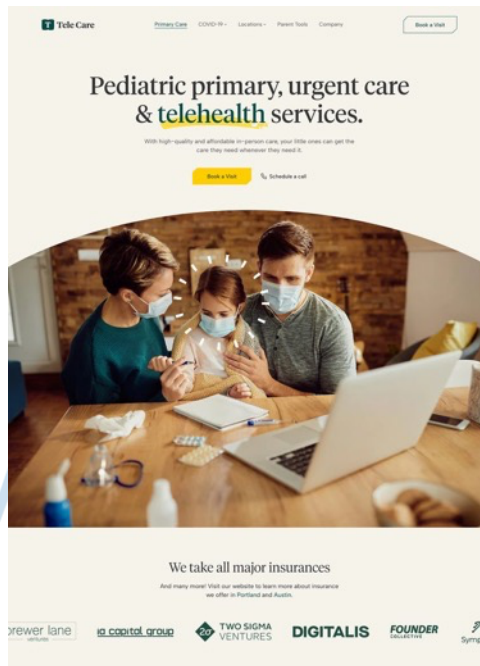
Printed matter merupakan jenis media informasi berbentuk cetak yang bertujuan untuk menarik perhatian *audiens* terhadap informasi yang ada dalam media tersebut. *Printed matter* dapat berupa buku, brosur, dan poster.



Gambar 2.37 Contoh Media *Printed Matter*
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/429601251957572919/>

2. *Screen Based*

Screen based merupakan jenis media informasi berbentuk digital atau berbasis layar yang memudahkan *audiens* dalam mengakses informasi dibandingkan dengan *printed matter*. Media berbasis layar dapat berupa *website*, *e-book*, *mobile application*, dan lainnya.



Gambar 2.38 Contoh Media *Screen Based*
 Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/346495765097931402/>

3. *Environmental*

Environmental merupakan jenis media informasi dalam bentuk panduan/ arahan yang menunjukkan lokasi tertentu kepada *audiens*. Media ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pemahaman *audiens* pada sesuatu. Contoh media *environmental* adalah *signage*.



Gambar 2.39 Contoh Media *Environmental*
Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/26740191530244137/>

2.5 *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)*

2.5.1 Definisi GERD

Gastroesophageal Reflux Disease (GERD) merupakan suatu kondisi patologis yang disebabkan oleh melemahnya *Lower Esophageal Sphincter (LES)* yang mengakibatkan terjadinya refluks isi lambung ke *esophagus*. Jika refluks terjadi berulang-ulang, maka mukosa *esophagus* bagian distal akan terpapar pengaruh isi lambung dalam kurun waktu yang cukup panjang sehingga dapat mengalami kerusakan (Amaliaturrahmah, 2011).

Gejala klinis yang menjadi ciri khas dari penyakit GERD adalah rasa nyeri atau rasa tidak enak di epigastrium atau retrosternal bagian bawah. GERD biasanya dideskripsikan dengan rasa nyeri yang menyerupai rasa terbakar (*heartburn*) yang kadang disertai dengan gejala kesulitan menelan makanan (*disfagia*), rasa mual atau *regurgitasi* serta rasa pahit di lidah (Makmun, 2001). Kondisi ini dapat mengakibatkan kerusakan mukosa

esofagus serta jika terjadi dalam jangka waktu yang lama dapat mengakibatkan komplikasi seperti *barret's esophagus* (Festi, 2009).

2.5.2 Faktor Risiko GERD

2.5.2.1 Makanan pedas dan asam sebagai faktor risiko GERD

Pola makan serta konsumsi makanan tertentu dapat memicu terjadinya GERD. Bumbu pedas, kandungan bawang dan asam yang tinggi serta porsi yang berlebihan dapat menjadi pemicu GERD (Wu et al., 2014). Mukosa lambung yang teriritasi oleh makanan pedas yang mengandung senyawa *capsaicin* dapat menghambat proses pengosongan lambung. Keadaan ini menimbulkan rasa mulas dan dapat mengakibatkan refluks (Xiang et al., 2022).

2.5.2.2 Pola makan yang tidak teratur sebagai faktor risiko GERD

Pola makan yang tidak teratur dapat menjadi faktor yang memicu GERD. Apabila tidak ada makanan yang masuk ke dalam tubuh, maka lambung menjadi kosong dan produksi asam lambung dapat meningkat sehingga timbulnya rasa panas dan terbakar. Selain jadwal makan yang tidak teratur, seseorang yang tidur kurang dari waktu satu jam setelah makan malam juga memiliki risiko terkena GERD (Kariri et al., 2020). Kebiasaan tidur dalam waktu satu jam setelah makan dapat menurunkan tekanan LES karena tubuh berada dalam posisi telentang (Sharma, 2018). Porsi yang besar masuk ke lambung juga mempengaruhi frekuensi refluks dengan meningkatkan distensi lambung, meningkatkan Transient Lower Esophageal Sphincter Relaxation (TLESR) dan menunda pengosongan lambung (Ajjah et al., 2020).

2.5.2.3 Konsumsi soda, teh, kopi sebagai faktor risiko GERD

Kopi merupakan salah satu minuman yang paling banyak dikonsumsi dan dicintai di seluruh dunia (Poole et al., 2017). Menurut

Organisasi Internasional Kopi, konsumsi kopi telah meningkat setiap tahun, survei yang dilakukan pada tahun 2019/2020 menunjukkan jumlah keseluruhan konsumsi kopi adalah 166 juta dan angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 0,5% dari survei yang dilakukan pada tahun sebelumnya (International Coffee Organization, 2020) Komposisi kafein dan polifenol dalam kopi dapat menstimulasi sekresi serta produksi gastrin dan asam hidroklorida (HCL). Sebuah studi oleh Alsuwat et al, menemukan bahwa GERD disebabkan oleh peningkatan sekresi asam lambung dan kafein adalah zat utama yang menyebabkan peristiwa ini (Alkhathami, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Song et al (2011), membuktikan bahwa risiko terjadinya GERD meningkat sebesar 1.69 kali akibat konsumsi minuman berkarbonasi. Kandungan gas dan pH asam yang berada pada minuman berkarbonasi dapat memperberat kerja lambung.

2.6 Pola Makan

Pola makan adalah penyusunan makanan berdasarkan jenis dan jumlah makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat dalam kurun waktu tertentu serta disesuaikan dengan kebutuhan harian masing-masing individu (Sirajuddin, 2018 dalam Fauziyyah, 2021). Pola makan dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam memenuhi kebutuhan gizinya, yang dipenuhi dengan mengonsumsi berbagai jenis makanan, waktu makan, frekuensi makan, dan kebiasaan makan (Putri, 2023). Pola makan menjadi suatu aktivitas mendasar seseorang dalam mengonsumsi makanan dan minuman dimana kuantitas dan kualitasnya dapat mempengaruhi kondisi kesehatan terutama gizi (Fauziyyah, 2021). Pola makan yang tepat memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu mengobati maupun mencegah timbulnya berbagai penyakit.

2.6.1 Pola Makan untuk GERD

Pola makan menjadi kunci perawatan jangka panjang untuk penderita GERD. Pola makan umumnya memiliki tiga komponen penting yaitu frekuensi, jenis, dan jumlah. Pada penderita GERD, frekuensi makan perlu

diperhatikan karena dapat mempengaruhi kondisi kesehatannya. Menurut Johannes, aktivitas makan sebaiknya dilakukan dengan teratur dan tidak menunda jam makan utama yaitu makan pagi, siang, dan malam. Selain itu, penderita GERD dapat menggunakan waktu untuk ngemil di sela-sela antara makan pagi ke makan siang dan antara makan siang ke makan malam (CNNIndonesia.com, 2022). Hal ini dilakukan agar kondisi perut tetap terisi dan tidak kosong. Apabila dibiarkan kosong dalam waktu lama, maka dapat memicu peningkatan asam lambung berlebih. Khusus untuk waktu makan malam, penderita GERD dianjurkan untuk mengatur jeda waktu 2-3 jam dengan waktu tidur. Dari segi jumlah atau porsi, penderita GERD lebih baik makan dalam porsi kecil namun sering, daripada makan dalam porsi besar.

Pola makan berdasarkan jenis makanan yang dikonsumsi oleh masyarakat terutama penderita GERD termasuk hal yang krusial karena terdapat beberapa makanan dan minuman yang dapat memicu atau memperburuk gejala (Digestive Health Matters, 2014). Penderita GERD perlu mengetahui makanan apa harus dihindari dan makanan apa yang dianjurkan untuk dikonsumsi. Menurut buku Digestive Health Matters, makanan dan minuman seperti makanan tinggi lemak, minuman berkafein, beralkohol, dan berkarbonasi, coklat, bawang, permen, jeruk, dan tomat sebaiknya dikurangi atau dihindari. Penderita GERD sebaiknya mengonsumsi buah-buahan dan sayur-sayuran, protein tanpa lemak, karbohidrat kompleks, dan lemak sehat (Digestive Health Matters, 2014).

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