

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Referensi Karya

Referensi karya menjadi memiliki peran penting sebagai landasan teoritis dan sumber referensi dalam pengembangan pengetahuan. Melalui karya-karya tersebut, pembuat karya dapat menemukan teori-teori yang relevan yang dapat mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Creswell, 2014). Selain itu, referensi karya juga menyediakan informasi yang dapat memperluas wawasan peneliti, memberikan perspektif yang lebih mendalam, serta memperkaya pemahaman mengenai topik yang akan diteliti (Flick, 2015). Sebelum memulai proses perancangan dan pembuatan karya, sejumlah referensi terdahulu digunakan sebagai acuan untuk teori. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, terdapat beberapa jurnal terdahulu yang dijadikan sebagai acuan atau pedoman dalam penelitian dan pembuatan majalah tersebut.

Berikut ini merupakan tabel mengenai informasi terkait karya terdahulu yang akan digunakan untuk acuan.

Tabel 2. 1 Tabel Referensi Karya

Aspek	Jurnal			
	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4
Judul Artikel (Karya)	Pengaruh Keseimbangan Kerja-Hidup ( <i>Work-Life Balance</i> ) dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan:	Pengaruh <i>Mental Health dan Work Life Balance</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i> Karyawan Gen	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Al Bilad Tour And Travel, Sumatera Selatan	Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT Sriwijaya

	Studi Kasus pada Sentra Konveksi di Pamijahan Kabupaten Bogor	Z di Kota Bandung		Sumatera Selatan
Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit dan Penerbit	Amelia Pitriyani, Umban Adi Jaya. 2024, Jurnal Bisnis dan Perpajakan.	Dwi Sandini, Ade Mubarok, Dwinta Mulyanti, Devi Yuniati Drajat, Ersha Faturochman. 2024, Jurnal Sains Manajemen.	Fitria Marisyah, 2022, MAMEN (Jurnal Manajemen).	Muhammad Iqbal, 2022, Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-commerce Vol,1 no, 4.
Fokus Penelitian	Keseimbangan kerja-hidup dan beban kerja menentukan kinerja karyawan.	Pengaruh <i>mental health</i> dan <i>work life balance</i> terhadap niat <i>resign</i> pada karyawan generasi Z di Kota Bandung.	Meneliti kondisi lingkungan kerja, kinerja karyawan dan pengaruh antara lingkungan kerja dengan kinerja karyawan di PT AI Bilad Tour and Travel.	Menganalisis pengaruh lingkungan kerja terhadap produktivitas karyawan di PT Sriwijaya Sumatera Selatan.
Teori	<i>Work-life balance</i> , dan kualitas hasil	<i>Mental Health</i> , <i>Work life balance</i> ,	Lingkungan kerja dan Kinerja karyawan.	Lingkungan Kerja dan kinerja.

	kerja karyawan.	<i>Turnover Intention.</i>		
Metode Penelitian	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif.	Verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.	Kuantitatif.	Kuantitatif menggunakan analisis regresi.
Persamaan	Menggunakan metode penelitian berupa kuantitatif, membahas seputar <i>work life balance</i> dan kaitan dengan hasil kerja karyawan.	Menggunakan penelitian berupa kuantitatif, menggunakan dua teori, membahas hubungan kesehatan mental dengan <i>work life balance</i> . Data yang dikumpulkan dengan cara kuisioner.	Menggunakan penelitian metode kuantitatif, menunjukkan adanya keterkaitan antara lingkungan kerja dengan karyawan, teknik pengambilan sampel yang digunakan berupa angket dengan skala <i>likert</i> .	Menggunakan penelitian metode kuantitatif, pembahasan seputar pengaruh lingkungan kerja dengan produktivitas dalam sebuah institusi dan menunjukkan adanya pengaruh antara kedua hal tersebut.
Perbedaan		Survei disebarkan kepada 200 responden, menggunakan kajian		Populasi dalam penelitian tersebut berjumlah

		literature berupa <i>turnover intention.</i>		sepuluh karyawan.
Hasil Penelitian	Beban kerja yang berlebihan memiliki dampak negatif signifikan terhadap kinerja karyawan. Kondisi ini tidak hanya mengurangi kualitas kerja dan produktivitas, tetapi juga memicu stres, depresi, dan penurunan motivasi. Selain itu, kurangnya waktu untuk pengembangan diri juga	Kesehatan mental dan keseimbangan kerja-kehidupan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat karyawan Generasi Z untuk berhenti. Selain memperhatikan kesehatan mental karyawan, perusahaan juga perlu fokus pada menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keseimbangan antara tuntutan	Adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel lingkungan kerja dengan variabel kinerja karyawan pada PT Al Bilad Tour and Travel. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,643 yang menunjukkan tingkat hubungan yang kuat, serta nilai koefisien determinasi sebesar 0,413 yang mengindikasikan bahwa 41,3%	Lingkungan kerja memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan PT Sriwijaya Sumatera Selatan. Sebesar 41,3% variasi kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh lingkungan kerja, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien determinasi sebesar 0,413.

	menghambat peningkatan kinerja karyawan jangka panjang.	pekerjaan dan kehidupan pribadi karyawan.	varians kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh variabel lingkungan kerja.	
--	---	---	---	--

## 2.2 Landasan Konsep

Berikut ini merupakan beberapa konsep yang digunakan dalam pembuatan majalah *Wellness Being* untuk PT Walt Disney Indonesia yaitu:

### 2.2.1 *Internal communication*

Komunikasi internal didefinisikan sebagai pertukaran informasi yang terjadi dalam sebuah perusahaan (Suwanto, 2021). Ada pula pengertian komunikasi internal menurut Effendy (2019), yaitu pertukaran informasi atau berita yang tidak hanya bergerak dari atasan ke bawahan atau terjadi di antara para anggota saja, namun bisa dilakukan secara vertikal dan horizontal. Secara sederhana, komunikasi internal merujuk pada segala bentuk interaksi komunikasi yang berlangsung di dalam batas-batas suatu organisasi atau perusahaan yang mencakup komunikasi antar individu, antar kelompok, maupun antara pimpinan dan bawahan.

Komunikasi internal dalam suatu organisasi memiliki empat fungsi utama, yaitu sebagai media interaksi timbal balik antar anggota organisasi, sarana klarifikasi untuk menghindari miskomunikasi, saluran penyampaian informasi dari manajemen ke karyawan, serta forum untuk menyampaikan kebijakan, peraturan, dan prosedur kerja yang berlaku (Nanda, 2016). Dengan adanya komunikasi internal yang efektif, dapat meningkatkan keterlibatan karyawan sehingga membuat mereka memiliki motivasi kerja yang tinggi, produktif dan setia terhadap perusahaan. Dengan adanya komunikasi, nilai - etika dan norma, perusahaan bisa ditekankan dan diperkuat (Trihastuti, 2019). Komunikasi internal yang efektif dan tepat, perusahaan dapat membangun sebuah lingkungan kerja yang positif, mampu meningkatkan performa dan mencapai tujuan secara lebih baik.

## 2.2.2 Majalah Korporat

Majalah adalah sebuah publikasi berkala yang diterbitkan dalam jangka waktu tertentu, seperti mingguan, bulanan, triwulan atau tahunan, yang menyajikan berbagai informasi, seperti artikel, berita, cerita, dongeng, mitos, dan legenda untuk khalayak umum. Menurut Wilcox (dalam Vera, 2016), majalah merupakan media cetak dengan isi yang lebih mendalam dan spesifik dibandingkan dengan surat kabar.

Menurut Yahdi (2017), majalah telah berhasil memikat pembaca dengan menyajikan informasi yang relevan dan menarik, didukung oleh desain visual yang mencuri perhatian diiringi dengan penjelasan yang mendalam, sehingga menjadi sumber informasi yang efektif bagi target audiensnya. Hal ini dikarenakan keberagaman informasi yang disajikan dalam majalah, di mana selain teks, gambar juga digunakan untuk memperkuat pesan yang disampaikan. Penggunaan elemen visual ini tidak hanya mempermudah pembaca dalam memahami isi, tetapi juga berfungsi untuk meningkatkan daya tarik visual dan nilai estetika majalah, sehingga lebih menarik dan mudah dinikmati.

Beberapa kategori utama majalah, yaitu majalah konsumen umum, majalah bisnis, majalah kritik sastra dan ilmiah, *newsletter* dan majalah humas (Vera, 2016).

### A. Majalah konsumen umum

Majalah jenis ini ditargetkan bagi siapa saja, sehingga siapa pun dapat membeli majalah tersebut. Contoh dari majalah ini adalah, majalah berita, olahraga ataupun majalah *fashion*.



Gambar 2.2.2. 1 Contoh Majalah Fashion  
Sumber: Majalah ELLE, 2021

## B. Majalah bisnis

Majalah ini memuat informasi seputar bisnis, pekerjaan atau profesi dan industri tertentu. Misalnya, majalah Info Bank.



Gambar 2.2.2. 2 Contoh Majalah Bisnis  
Sumber: Majalah Infobank, 2019

## C. Kritik sastra dan majalah ilmiah.

Majalah berjenis kritik atau ilmiah biasanya berisikan mengenai kritik yang ditulis oleh mereka yang ahli dalam bidangnya dengan menggunakan teori. Majalah ini umumnya diterbitkan oleh organisasi, kampus ataupun Yayasan.



Gambar 2.2.2. 3 Contoh Majalah Ilmiah  
Sumber: Majalah UNESA, 2022

#### D. Newsletter

Newsletter atau majalah terbit secara berkala, dipublikasikan dengan format tertentu, biasanya berjumlah sekitar empat hingga delapan halaman menggunakan sebuah model tertentu.



Gambar 2.2.2. 4 Contoh Newsletter  
Sumber: Newsletter Rumah Sakit Siloam, 2023

#### E. Majalah humas

Majalah humas merupakan publikasi berkala yang diterbitkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menyampaikan informasi kepada berbagai pemangku kepentingan, seperti karyawan, mitra bisnis, pelanggan, dan pemegang saham. Contohnya adalah Majalah Mutiara Biru yang diterbitkan oleh Blue Bird Group.



Gambar 2.2.2. 5 Contoh Majalah Humas  
Sumber: Majalah Humas ASTRA (ASTRAMAGZ), 2023

Majalah internal merupakan salah satu bentuk media komunikasi yang bermanfaat sebagai alat praktik Public Relations (Wijayanti, 2021). Melalui penyajian berbagai informasi yang relevan, seperti artikel, gambar, dan data perusahaan, majalah internal dapat membangun citra positif perusahaan di mata karyawan, meningkatkan keterlibatan karyawan, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan. (Wijayanti, 2021)

Berikut merupakan tiga fungsi utama majalah menurut Carolyn Kitch (2015) dalam buku *The Routledge Handbook of Magazine Research*. Diantaranya tiga fungsi utama majalah sebagai berikut:

1) Majalah sebagai kontrol (*Magazine as control*)

Dengan informasi yang disampaikan dalam sebuah majalah, seperti gagasan, ide, ataupun pemahaman, secara tidak langsung majalah memiliki kuasa dan identitas yang mampu mempengaruhi pembacanya. Tidak hanya itu, namun juga dapat mempengaruhi citra dan perilaku audiensnya.

2) Majalah sebagai komunitas (*Magazine as Community*)

Majalah tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai wadah bagi komunitas untuk berinteraksi dan berbagi minat. Dengan memberikan ruang bagi pembaca untuk terlibat dalam proses kreatif, majalah dapat terus relevan dan memenuhi kebutuhan pembaca yang selalu berkembang.

3) Majalah sebagai budaya (*Magazine as Culture*)

Majalah berfungsi sebagai media komunikasi budaya yang efektif, karena mampu menyampaikan pesan-pesan budaya melalui visual dan teks yang menarik. Dengan menyesuaikan konten dengan minat dan preferensi target audiens, majalah berperan sebagai jendela yang menghubungkan pembaca dengan berbagai fenomena budaya yang relevan.

Sebagai media cetak dengan struktur organisasi yang relatif lebih sederhana, majalah memiliki sejumlah karakteristik unik yang membedakannya dari media massa lainnya. Berikut adalah karakteristik dari majalah, yaitu:

- 1) Pemaparan informasi yang lebih dalam
- 2) Cukup memakan waktu dalam menerbitkan
- 3) Isi yang pesan yang tidak terlalu serius
- 4) Visualisasi atau ilustrasi yang lebih banyak
- 5) Cover yang menarik perhatian atau minat
- 6) Tertuju bagi orang yang lebih khusus
- 7) Menggunakan bahan kertas dengan kualitas premium untuk proses pencetakan.

### **2.2.3 Desain Komunikasi Visual**

Desain komunikasi visual bisa merupakan pengetahuan yang mempelajari konsep-konsep komunikasi dengan menyampaikan secara kreatif dengan bantuan media dalam menyampaikan pesan dan gagasan secara visualisasi dengan menyusun elemen-elemen grafis, misalnya ilustrasi, tulisan, komposisi, warna, bentuk dan layout. Sehingga dapat diterima oleh sasaran. (Wahyuningsih, 2015). Desain Komunikasi Visual dapat menjadi sebuah cabang ilmu dengan memanfaatkan rupa dan konsep komunikasi sebagai usaha dalam mengatasi sebuah permasalahan (Sumbo, 2015). Salah satu fungsinya juga mampu mempengaruhi dan meyakinkan masyarakat (Landa, 2014).

#### **A) Unsur Desain Grafis**

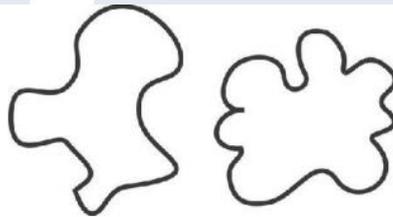
Dalam membuat sebuah karya desain, terdapat beberapa unsur yang dibutuhkan, seperti titik, garis, bidang, ruang, warna, dan tekstur (Wahyuningsih, 2015)

- Titik  
Sebagai salah satu elemen visual dasar, merupakan bentuk visual yang memiliki dimensi panjang dan lebar yang dianggap nihil. Titik-titik ini umumnya disusun dalam berbagai pola dan kerapatan untuk menciptakan efek visual tertentu.
- Garis

Garis sering dikenal goresan atau coretan dengan membatasi bidang sebuah warna. Variasi arah dan bentuk garis ini dapat berupa garis lurus, lengkung, bergelombang, atau kombinasi dari berbagai bentuk tersebut.

- Bidang

Bidang adalah visual yang terdiri dari dua unsur, yaitu panjang dan lebar. Bidang dibedakan menjadi dua kategori, yaitu bidang geometri dan non-geometri. Bidang geometri adalah bidang yang teratur dibuat secara matematis dengan karakteristik terstruktur dan pasti, contohnya persegi, lingkaran, segitiga dan lainnya. Sedangkan bidang non geometri adalah bidang yang dibikin secara bebas. Contohnya, bidang yang dibatasi garis patah-patah bebas, bersudut bebas, atau gabungan.



*Gambar 2.2.3. 1 Bidang Non Geometris*  
*Sumber: Buku Desain Komunikasi Visual, 2022*

- Ruang

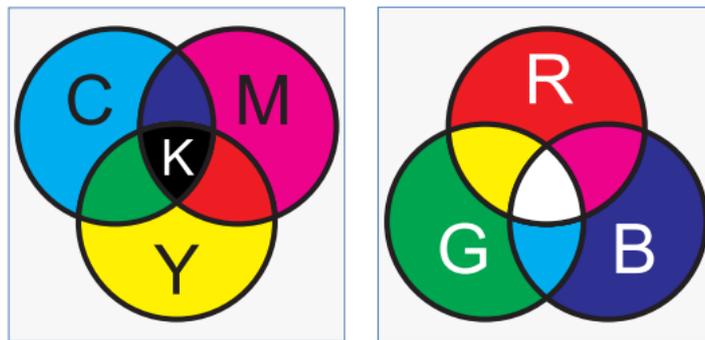
Ruang dalam desain grafis berperan sebagai pemisah antara elemen-elemen visual objek, latar belakang, dan tipografi. Fungsi utama ruang adalah untuk menciptakan organisasi visual yang efektif dan memudahkan persepsi visual.

- Warna

Warna memiliki instrumen yang efektif untuk mempengaruhi persepsi visual dan emosional dalam desain grafis. Tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, warna juga mampu memicu respons emosional yang beragam pada individu, mulai dari kesedihan hingga kegembiraan.

Warna yang diaplikasikan dalam seni lukis akan berbeda dengan warna yang ada pada komputer. Dalam industri percetakan, sistem warna yang paling umum digunakan adalah CMYK. Singkatan CMYK merujuk pada empat warna primer subtraktif, yaitu Cyan (biru kehijauan),

Magenta (merah muda), Yellow (kuning), dan Key (hitam). Berbeda dengan model warna CMYK yang umumnya digunakan dalam percetakan, sistem komputer digital lebih banyak menggunakan model warna aditif RGB. Model RGB ini berbasis pada tiga warna primer yaitu, merah, hijau, dan biru—yang dapat dikombinasikan untuk menghasilkan jutaan warna yang berbeda



Gambar 2.2.3. 2 Warna CMYK dan RGB  
Sumber: Buku Desain Komunikasi Visual, 2022

- **Tekstur**

Tekstur adalah unsur visual yang menggambarkan suatu permukaan objek. Berdasarkan fisiknya, tekstur dibagi menjadi dua, yaitu kasar dan halus. Berdasarkan tampilannya dibagi menjadi dua yaitu, tekstur semu atau visual dan tekstur nyata atau tekstil. Tekstur visual dan taktil memiliki perbedaan mendasar. Tekstur visual menciptakan ilusi kasar pada permukaan objek yang sebenarnya halus ketika diraba. Sementara itu, tekstur taktil memberikan kesan yang sama baik secara visual maupun taktil.

**B) Prinsip Desain Komunikasi Visual**

Dalam praktek desain komunikasi visual, selain memperhatikan unsur, prinsip dalam desain komunikasi visual juga memegang peranan penting dalam proses perancangan. Dalam Desain Komunikasi Visual terdapat beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam proses perancangan, yaitu kesatuan, keseimbangan, irama, kontras, fokus dan proporsi (Wahyuningsih, 2015).

Kesatuan merupakan keselarasan secara keseluruhan dari semua unsur desain. Cara agar kesatuan ini dapat tercapai adalah dengan memilih dominasi agar mendapatkan pengaruh yang pas. Contohnya dalam memilih penggunaan tipografi. Menggunakan tipografi yang sama dapat membantu menunjukkan kesatuan apabila desain mengandung banyak tulisan. Selain selaras, desain membutuhkan keseimbangan. Keseimbangan dalam artian semua unsur harus menyatu agar tidak terkesan berat sebelah dengan memperhatikan komposisinya. Keseimbangan dibagi menjadi empat, yaitu simetris dengan maksud berat yang sama rata, asimetris yang beratnya berbeda antara atas dan bawah atau kanan dan kiri. Ketiga, sederajat yang memiliki arti, disusun seolah-olah memiliki pusat, dan yang terakhir adalah radikal. Artinya, ada porsi yang sengaja dibikin menonjol.

Selanjutnya, irama. Irama adalah visual merujuk pada pengulangan elemen visual secara sistematis. Pengulangan ini dapat dilakukan melalui pengulangan unsur yang identik atau variasi dari unsur yang sama, sehingga menciptakan kesan ritmis yang kuat dan mengundang perhatian. Agar dalam sebuah desain tidak terkesan monoton, diperlukan prinsip kontras. Fungsi dari kontras adalah untuk menghindari elemen yang sama dalam satu lembar yang sama, ini dapat dilakukan dengan menggunakan warna, bentuk atau ukuran yang berbeda. Bisa juga dengan penataan yang pengulangannya secara teratur.

Kemudian ada fokus, dengan memberikan penekanan visual atau verbal pada bagian ini, penulis bertujuan untuk menekankan aspek yang dianggap krusial dan menjadi fokus utama. Terakhir, proporsi, berperan sebagai alat ukur dalam desain grafis yang memungkinkan perbandingan ukuran, jarak, dan skala antara berbagai elemen visual. Konsep proporsi ini digunakan untuk menciptakan keseimbangan visual dan hierarki visual yang efektif dalam sebuah karya desain.

### C) *Layout*

Dalam pembuatan karya majalah tentu akan menggunakan teknik layout. Layout adalah sebuah proses perancangan tata letak elemen-elemen visual yang akan digunakan pada suatu halaman untuk menghasilkan tampilan yang harmonis, menarik dan mudah dipahami dalam penyampaian pesan kepada audiens (Robin Williams, 2014). Dalam *Layouting* terdapat empat prinsip, yang terdiri dari *sequence*, *emphasis*, *balance* dan *unity* (Rustan, 2017)



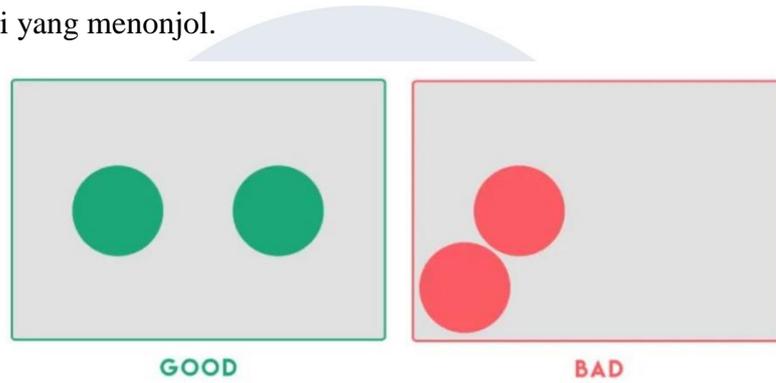
Gambar 2.2.3. 3 Contoh *Sequence*  
Sumber: Maxipro, 2024

*Sequence* atau hierarki dalam layout berfungsi sebagai panduan bagi mata pembaca dalam melihat suatu desain. Dengan mengatur urutan elemen-elemen visual secara strategis, desainer dapat mengontrol alur pembacaan dan memastikan bahwa pesan utama dapat ditangkap dengan baik. Dalam proses pembuatan majalah, seorang desainer harus bisa membuat urutan informasi pertama yang harus diterima oleh pembaca hingga informasi terakhir.



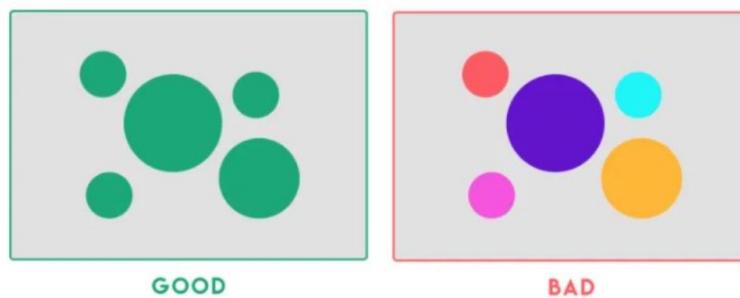
Gambar 2.2.3. 4 Contoh *Emphasis*  
Sumber: Maxipro, 2024

Dilanjut dengan *emphasis* atau penekanan. Penekanan merupakan teknik desain yang bertujuan untuk mengarahkan perhatian pembaca pada elemen-elemen visual yang dianggap paling penting. Beberapa teknik penekanan yang umum digunakan adalah dengan memperbesar ukuran elemen, menggunakan warna kontras, atau menempatkan elemen pada posisi yang menonjol.



Gambar 2.2.3. 5 Contoh Balance  
Sumber: Maxipro, 2024

Ketiga, *balance* atau keseimbangan. Keseimbangan dalam desain grafis merujuk pada distribusi visual yang harmonis antara elemen-elemen dalam suatu komposisi. Prinsip ini melibatkan pengaturan posisi, ukuran, bentuk, warna, dan tekstur elemen-elemen sedemikian rupa sehingga menciptakan kesan seimbang antara ruang positif (ruang yang terisi oleh elemen) dan ruang negatif (ruang kosong).



Gambar 2.2.3. 6 Contoh Unity  
Sumber: Maxipro, 2024

Terakhir, *unity* atau kesatuan. Kesatuan dalam desain tercipta melalui proses penggabungan elemen-elemen visual yang beragam menjadi suatu keseluruhan yang utuh. Elemen-elemen yang awalnya berdiri sendiri kemudian saling berhubungan.

## D) Tipografi

Tipografi memegang peranan penting dalam desain majalah. Menurut Isnandar dan Wantoro (2016), terdapat empat prinsip dasar tipografi yang harus dipertimbangkan, yakni *readability*, *legibility*, *visibility* dan *clarity*. Prinsip-prinsip ini berkaitan erat dengan kemudahan pembaca dalam memahami isi teks. Oleh karena itu, pemilihan tipografi yang tepat akan sangat mempengaruhi keberhasilan dalam menyampaikan informasi kepada pembaca. Pada bagian selanjutnya, akan dijelaskan secara detail mengenai penerapan prinsip-prinsip tipografi tersebut dalam desain majalah ini.

- *Readability* (Keterbacaan tulisan)

Keterbacaan suatu teks sangat dipengaruhi oleh hubungan antar huruf. Hubungan spasial antar huruf, khususnya jarak antar huruf, harus diatur sedemikian rupa sehingga menghasilkan tampilan visual yang harmonis dan mudah dibaca. Spasi yang terlalu rapat atau terlalu renggang dapat mengganggu aliran bacaan dan mengurangi keindahan tampilan visual. Spasi yang terlalu rapat atau terlalu renggang dapat mengganggu aliran bacaan dan mengurangi keindahan tampilan visual. Oleh karena itu, penentuan spasi yang tepat memerlukan pertimbangan

- *Legibility* (Kualitas pada huruf)

Karakteristik bentuk huruf yang unik akan mempengaruhi tingkat reliabilitasnya. Manipulasi visual seperti *cropping* atau *overlapping* dapat mengganggu karakteristik bentuk huruf sehingga mengurangi kemampuannya untuk dikenali. Sehingga, bentuk huruf menjadi hal yang sangat penting dalam proses desain untuk memastikan bahwa setiap huruf yang digunakan tetap terbaca dengan jelas.

- *Visibility* (Kemampuan kata dapat terbaca dalam jarak tertentu)

*Visibility* merupakan salah satu elemen penting yang perlu diperhatikan. Prinsip ini mengacu pada kemampuan suatu teks untuk terbaca dengan jelas dari jarak tertentu. Pemilihan font yang sesuai dengan karakteristik media dan jarak baca yang diinginkan akan sangat mempengaruhi

efektivitas komunikasi visual. Sebagai contoh, font yang digunakan untuk headline brosur tidak dapat serta merta diterapkan pada papan iklan. Setiap karya desain memiliki jarak baca yang berbeda, sehingga pemilihan font harus disesuaikan agar pesan visual dapat tersampaikan secara efektif.

- *Clarity* (Kejelasan tulisan)

Prinsip ini mengacu pada kemampuan desain untuk menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami oleh pembaca. Dalam konteks desain tipografi, clarity ditentukan oleh faktor-faktor seperti hierarki visual, pemilihan warna, dan jenis font. Dalam konteks desain majalah ini, upaya untuk mencapai *clarity* yang tinggi dilakukan melalui pemilihan font yang mudah dibaca, penggunaan warna yang kontras, serta pengaturan tata letak yang jelas.

Empat prinsip tipografi memiliki tujuan utama untuk memastikan efektivitas penyampaian informasi dalam desain komunikasi visual. Namun, peran tipografi tidak terbatas pada fungsi informatif saja. Tipografi juga memiliki kemampuan untuk mengekspresikan emosi, menciptakan gerakan visual, dan bahkan menjadi elemen dominan dalam sebuah desain. Hal ini menunjukkan bahwa tipografi tidak hanya sebagai pelengkap, tetapi juga dapat menjadi elemen utama dalam desain komunikasi visual. Misalnya, dalam desain poster konser musik, tipografi yang dinamis dapat menciptakan kesan energik dan menarik perhatian penonton.