

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Buku

Buku merupakan salah satu bentuk media informasi cetak atau *print-based information*. Fungsi buku adalah memberikan sebuah informasi, ilmu, pengetahuan, ide dan keyakinan kepada audiens terkait berbagai aspek kehidupan. Buku merupakan sejumlah halaman yang dicetak dan dijilid sehingga menghasilkan media informasi yang memberikan pengetahuan bagi audiens (Haslam, 2006, h. 6). Maka dari itu, sebagai salah satu bentuk media informasi cetak, buku dipilih sebagai media utama dalam perancangan ini karena mampu menyajikan informasi secara mendalam, terstruktur, dan mudah diakses oleh generasi z.

2.1.1 Anatomi Buku

Menurut Haslam (2006, h. 20) pada bukunya yang berjudul *Book Design* tentang anatomi buku tersusun atas 19 komponen, dengan rincian sebagai berikut:

A. *Spine*

Komponen ini merupakan bagian punggung sampul buku menutupi tepi jilid.

B. *Head Band*

Komponen ini merupakan pita benang berwarna yang dikaitkan pada *section-section* buku untuk melengkapi *cover binding*.

C. *Hinge*

Komponen ini adalah lipatan engsel pada *endpaper* antara *pastedown* dan *fly leaf*.

D. *Head Square*

Komponen ini adalah lipatan engsel pada *endpaper* antara *pastedown* dan *fly leaf*.

E. Front Pastedown

Komponen ini adalah lipatan engsel pada *endpaper* antara *pastedown* dan *fly leaf*.

F. Cover

Komponen ini merupakan bagian penutup kertas atau papan yang merekat dan melindungi buku.

G. Foredge Square

Komponen ini merupakan bagian pelindung pada *foredge* yang disusun oleh sampul depan dan belakang.

H. Front Board

Komponen ini merupakan bagian sampul papan pada bagian depan buku.

I. Tail Square

Komponen ini merupakan bagian pelindung pada bagian bawah buku yang berukuran lebih besar dari daun buku.

J. Endpaper

Komponen ini merupakan lembaran kertas tebal yang digunakan untuk menutupi bagian papan sampul dan menyangga engsel buku.

K. Head

Komponen ini merupakan bagian atas dari buku.

L. Leaves

Komponen ini merupakan lembar kertas jilid tersendiri atau lembaran dua sisi.

M. Back Pastedown

Komponen ini merupakan kertas ujung yang direkatkan pada bagian papan belakang buku.

N. Back Cover

Komponen ini merupakan papan sampul pada bagian belakang buku.

O. Foredge

Komponen ini merupakan bagian tepi depan buku.

P. Turn-In

Komponen ini merupakan bagian lipatan tepi kerta yang dilipat dari bagian luar ke bagian dalam sampul.

Q. Tail

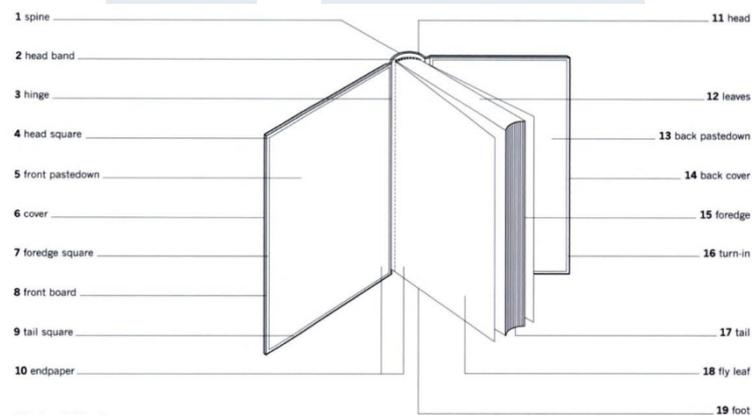
Komponen ini adalah bagian ekor bawah buku.

R. Fly Leaf

Komponen ini merupakan bagian kaki pada *endpaper*.

S. Foot

Komponen ini merupakan area bawah halaman.



Gambar 2.1 Anatomi Buku
Sumber: Haslam (2006)

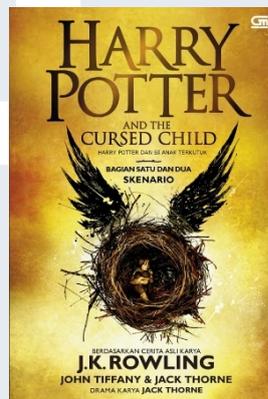
Maka dari itu, pemahaman terhadap anatomi buku menjadi dasar penting dalam proses perancangan media cetak, termasuk dalam perancangan buku informasi ini. Dengan mengenali setiap komponen fisik buku seperti *cover*, *spine*, *endpaper*, hingga *layout* halaman, penulis dapat merancang buku yang tidak hanya fungsional secara struktur, tetapi juga estetis dan nyaman dibaca.

2.1.2 Jenis Buku

Berdasarkan Campbell, Martin, & Fabos (2015) dalam bukunya yang berjudul “*Media & Culture*”, buku pada mas modern terbagi dalam beberapa jenis, yaitu:

A. *Trade Books*

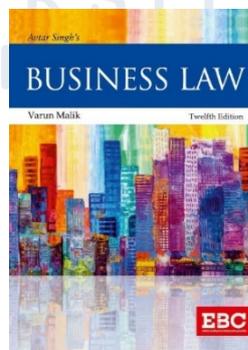
Buku ini merupakan salah satu buku yang paling menguntungkan di industri percetakan. *Trade books* didapatkan memiliki ciri-ciri buku bersampul keras (*hardbound*) dan tipis (*paperback*), yang ditujukan untuk pembaca secara umum dan tersebar secara komersial di toko ritel. Kategori *trade book* cukup luas mencakup buku dewasa, buku anak, komik, serta novel (h. 353).



Gambar 2.2 *Trade Books*
Sumber: www.gramedia.com

B. *Professional Books*

Buku professional (*professional books*) ditujukan untuk pembaca dalam suatu kelompok tertentu dan tidak diperuntukkan khalayak umum. Seiring perkembangan dunia profesional sejak tahun 1960-an, jenis buku ini mulai berkembang terutama spesialisasi pada bidang hukum, kedokteran, bisnis, dan karya ilmiah (h. 354).



Gambar 2.3 *Professional Books*
Sumber: www.ebcwebstore.com

C. Textbooks

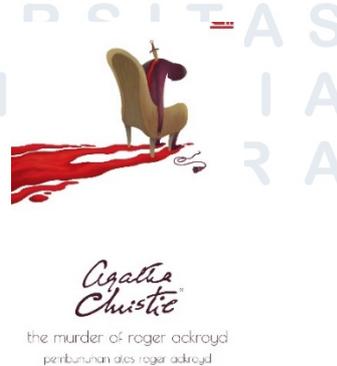
Buku teks secara umum merupakan alat untuk meningkatkan literasi publik dan pendidikan sebagai sarana pembelajaran. Salah satu contoh buku yang memiliki pengaruh besar dalam sejarah pendidikan di Amerika Serikat adalah *The Electric Reader*. Buku ini mengajarkan anak-anak sekolah pada abad-19 tentang nilai politik, sosial, dan ekonomi (h. 354).



Gambar 2.4 *Text Books*
Sumber: www.gramedia.com

D. Mass Market Paperbacks

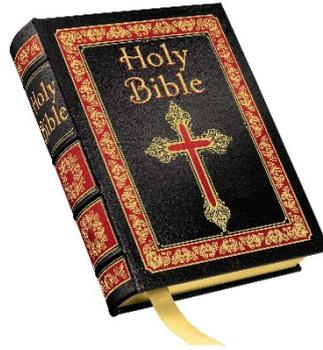
Jenis buku ini merupakan buku yang dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat umum dan harga yang relatif terjangkau. *Mass market paperbacks* dapat ditemukan di rak toko obat, bandara, supermarket, dan toko buku. Namun, buku ini seringkali dihadapkan masalah perlindungan hak cipta dan keuntungan dalam penjualan buku (h. 358).



Gambar 2.5 *Mass Market Paperbacks*
Sumber: [https://gpu.id/book/...](https://gpu.id/book/)

E. *Religious Books*

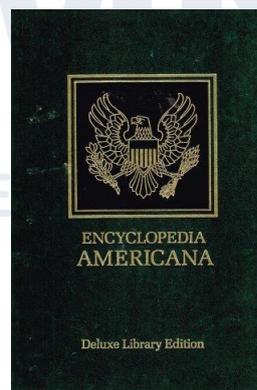
Dalam industri penerbitan, buku keagamaan memiliki peran yang besar, khususnya alkitab. Buku jenis ini membahas tema yang lebih luas termasuk isu-isu sosial agar tetap relevan pada masanya (h. 358).



Gambar 2.6 *Religious Books*
Sumber: www.eastonpress.com

F. *Reference Books*

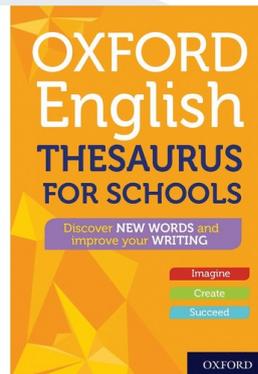
Buku referensi dapat mencakup kamus, atlas, almanak, ensiklopedia, serta tema yang berkaitan langsung dengan suatu profesi, sebagai contoh *handbook* hukum dan manual medis (h. 359).



Gambar 2.7 *Reference Books*
Sumber: [https://dpk.kepriprov.go.id/...](https://dpk.kepriprov.go.id/)

G. *University Press Books*

Buku dari penerbit universitas merupakan organisasi yang pada umumnya menerbitkan karya ilmiah untuk kelompok kecil. Pembahasan yang diangkat mencakup intelektual khusus, teori sastra, sejarah gerakan seni, filsafat kontemporer, dan sebagainya (h. 360).



Gambar 2.8 *University Press Books*
Sumber: [https://www.brantbasics.com/...](https://www.brantbasics.com/)

Maka dari itu, pemahaman mengenai berbagai jenis buku menjadi landasan penting dalam menentukan format dan pendekatan perancangan yang sesuai dengan tujuan dan segmentasi pembaca. Dalam konteks perancangan ini, buku informasi tentang *job hopping* untuk generasi Z dikategorikan sebagai *trade book*, karena ditujukan untuk pembaca umum dan dipasarkan secara luas.

2.1.3 **Komponen Buku**

Perancangan buku yang baik diperlukan perencanaan terperinci mencakup ukuran, jilid, desain sampul, serta pemilihan bahan kertas sehingga sesuai standar dan aturan. Menurut Lupton (2008) dalam bukunya yang berjudul *Indie Publishing: How to Design and Publish Your Own Book*, dalam sebuah buku terdapat 3 komponen utama, yaitu komponen awal (*front matter*), konten utama (*main content*), dan akhir (*back matter*). Dengan mengacu pada prinsip ini, perancangan buku informasi tentang *job hopping* untuk generasi Z dapat disusun secara sistematis dan terstruktur, sehingga tidak hanya menarik

secara visual, tetapi juga mampu menyampaikan informasi secara jelas dan efektif kepada target audiens.

A. *Front Matter*

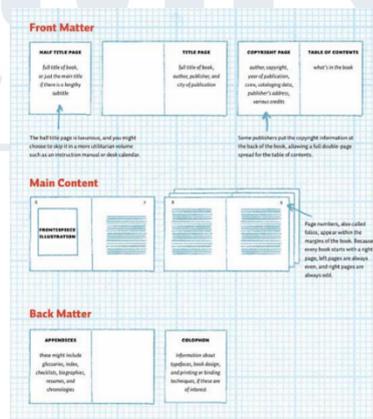
Komponen pada bagian ini mencakup *half title page*, *title page*, *copyright page*, dan *table of contents*. *Half title page* memuat judul utama buku yang biasanya digunakan buku edisi mewah, namun bisa diabaikan apabila buku bersifat lebih praktis seperti buku manual atau kalender. *Copyright page* mencakup informasi terkait hak cipta, tahun penerbitan, ISBN, dan kredit lainnya. Dan *table of contents* memuat isian buku yang disusun terstruktur dan terperinci.

B. *Main Content*

Komponen pada bagian ini mencakup *frontpiece illustration* dan nomor halaman atau folio. Pada setiap buku dimulai dengan halaman di bagian kanan, sehingga nomor ganjil berada di sisi halaman tersebut, nomor genap berada di sisi halaman kiri.

C. *Back Matter*

Komponen pada bagian ini mencakup *appendices* dan *colophon*. *Appendices* atau lampiran mencakup *glossaries*, *index*, *checklist*, *biographies*, *resumes*, dan *chronologies*. Sedangkan pada *colophon* mencakup informasi terkait jenis *typeface*, *book design*, teknik cetak atau jilid jika relevan.



Gambar 2.9 Komponen Buku
Sumber: Lupton (2008)

2.1.4 Teknik Cetak

Berdasarkan Lupton (2008, h. 119), teknik cetak mencakup enam jenis, yaitu *photocopy*, *ink jet* atau *color laser*, *letterpress*, *screen print*, *print on demand*, dan *offset printing*. Dari sekian teknik cetak yang disebutkan, secara umum *print on demand* dan *offset printing* menjadi pilihan utama apabila digunakan untuk percetakan buku.

A. *Print on Demand*

Penggunaan teknik cetak ini menggunakan sedikit biaya dan proses printing yang lebih cepat. *Print on demand* menggunakan *e-file* sehingga ideal untuk buku namun kualitasnya yang bervariasi diharuskan untuk *proofcheck* sebelum melakukan proses cetak.



Gambar 2.10 *Print on Demand*
Sumber: [https://laysander.com/...](https://laysander.com/)

B. *Offset Printing*

Penggunaan teknik cetak ini secara umum digunakan untuk mencetak buku komersil karena ideal untuk jumlah besar dengan standar kualitas yang konsisten. *Offset printing* memerlukan biaya yang lebih besar diawal dibandingkan *print on demand*, namun secara keseluruhan lebih ekonomis bila kuantitas dilakukan dalam jumlah besar.



Gambar 2.11 *Offset Printing*
Sumber: <https://www.arka.com/>

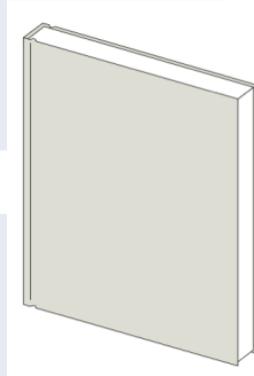
Maka dari itu, pemilihan teknik cetak yang tepat seperti *print on demand* atau *offset printing* menjadi aspek krusial dalam perancangan buku. Dengan mempertimbangkan efisiensi biaya dan kualitas cetak, teknik ini mendukung proses produksi buku informasi tentang *job hopping* agar dapat diakses secara luas oleh generasi z dengan hasil visual yang optimal dan profesional.

2.1.5 Penjilidan (*Binding*)

Proses penjilidan atau *binding* dilakukan setelah melakukan proses cetak, Menurut Lupton (2008, h. 120-121), terdapat sepuluh teknik jilid diantara *case*, *perfect*, *tape*, *side stitch*, *saddle stich*, *pamphlet stitch*, *screw and post*, *stab*, *spiral*, dan *plastic comb*. Maka dari itu, pemahaman terhadap berbagai teknik penjilidan seperti *perfect binding*, *saddle stitch*, dan *spiral* menjadi penting dalam menentukan bentuk akhir buku. Berikut rincian penjelasan dari penjilidan atau *binding*, yaitu:

A. *Case (hardcover)*

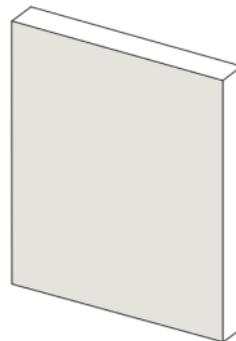
Teknik penjilidan *case* merupakan proses yang diawali dengan menjahit dan merekatkan ke pita linen dengan benang. Buku dengan teknik penjilidan *case* memotong bagian *text block* dan direkatkan pada *endpapers* ke sisi sampul depan sehingga buku menjadi rata dan dapat dibuka lebar.



Gambar 2.12 *Case*
Sumber: Lupton (2008)

B. *Perfect*

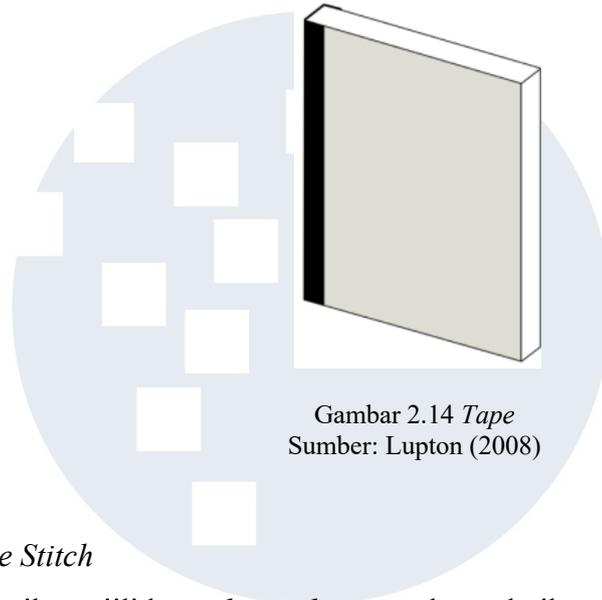
Teknik penjilidan *perfect* merupakan proses yang diawali dengan menambahkan lem pada kertas yang kemudian direkatkan pada sampul buku. Sampul yang ditempelkan akan menyebabkan buku tidak dapat dibuka dengan lebar.



Gambar 2.13 *Perfect*
Sumber: Lupton (2008)

C. *Tape*

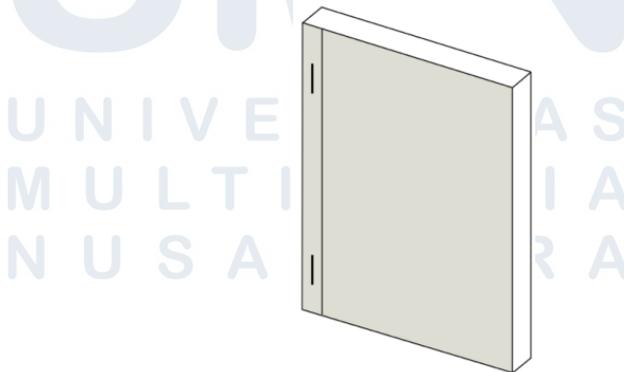
Teknik penjilidan *tape* merupakan proses memanaskan lem panas untuk menyatukan setiap halaman buku. Bagian halaman dan sampul yang menempel sehingga dapat membuat buku dibuka lebar hingga mendatar.



Gambar 2.14 *Tape*
Sumber: Lupton (2008)

D. *Side Stitch*

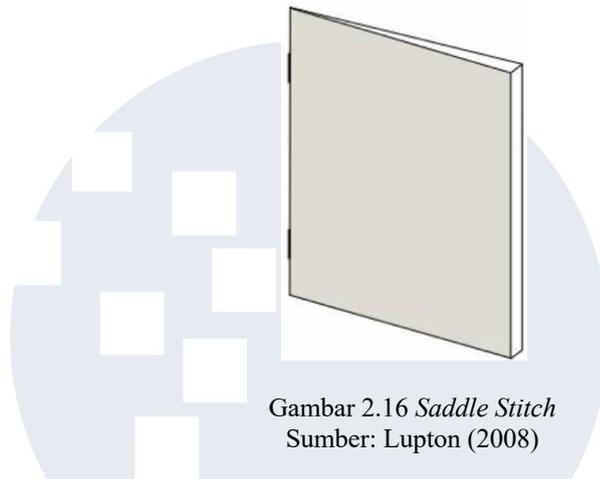
Teknik penjilidan *side stitch* merupakan teknik menggunakan staples untuk menyatukan tiap halaman sehingga tidak dapat dibuka dengan lebar. Hal tersebut dikarenakan sampul dan seluruh halaman direkatkan secara menyeluruh



Gambar 2.15 *Side Stitch*
Sumber: Lupton (2008)

E. *Saddle Stitch*

Teknik penjilidan *saddle stitch* merupakan teknik melipat kertas menjadi dua yang kemudian disatukan menggunakan staples. Maka dari itu, buku masih dapat dibuka dengan lebar.



Gambar 2.16 *Saddle Stitch*
Sumber: Lupton (2008)

F. *Pamphlet Stitch*

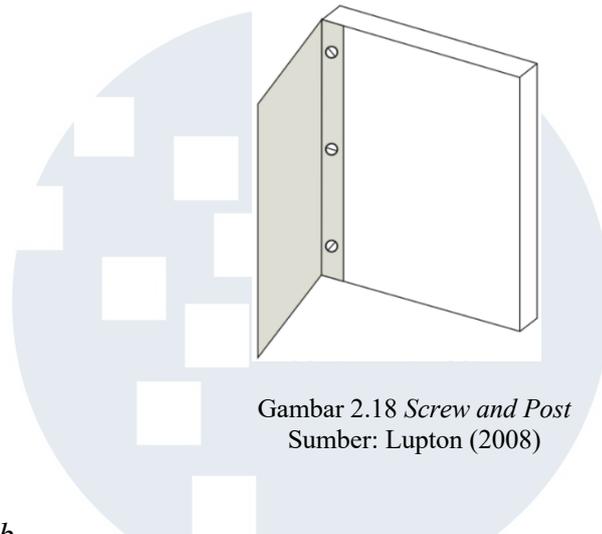
Teknik penjilidan *pamphlet stictch* serupa dengan teknik *saddle stitch*. Proses diawali dengan menjahit kertas dan sampul yang kemudian dilipat menjadi dua bagian. Teknik ini dapat digunakan maksimal 36 halaman atau kurang sehingga dapat dibuka lebar dan mendatar.



Gambar 2.17 *Pamphlet Stitch*
Sumber: Lupton (2008)

G. *Screw and Post*

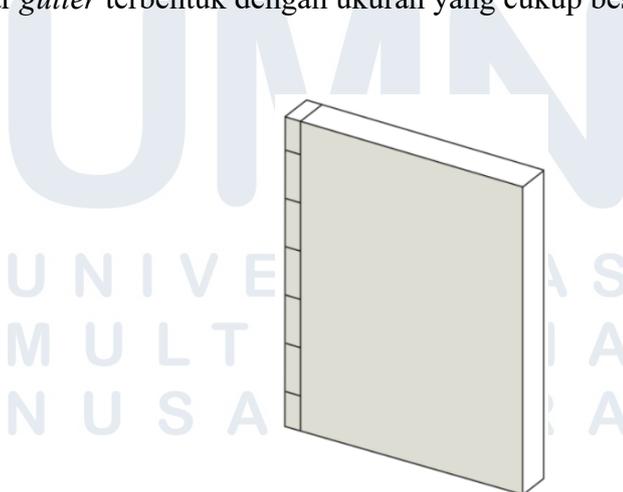
Teknik penjilidan *screw and post* diawali dengan proses bor sampul pada seluruh halaman dan direkatkan menggunakan benang dan sekrup. Teknik ini menyebabkan buku tidak bisa dibuka dengan lebar.



Gambar 2.18 *Screw and Post*
Sumber: Lupton (2008)

H. *Stab*

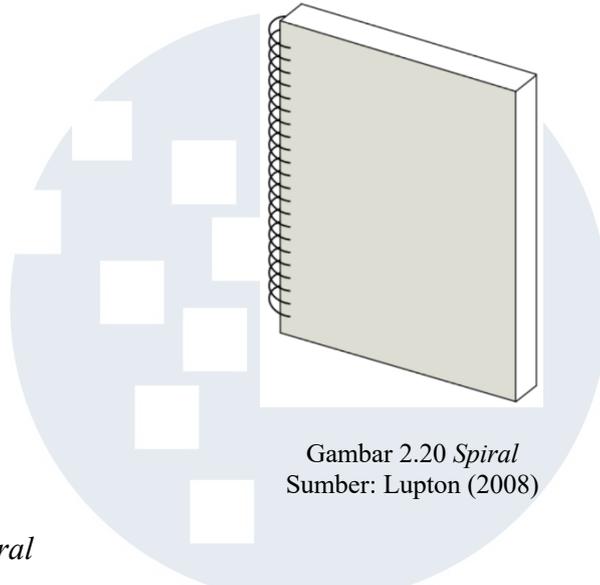
Teknik penjilidan *stab* menggunakan teknik menjahit halaman dan sampul di bagian *spine*. Teknik ini perlu perhatian khusus desainer agar *gutter* terbentuk dengan ukuran yang cukup besar.



Gambar 2.19 *Stab*
Sumber: Lupton (2008)

I. *Spiral*

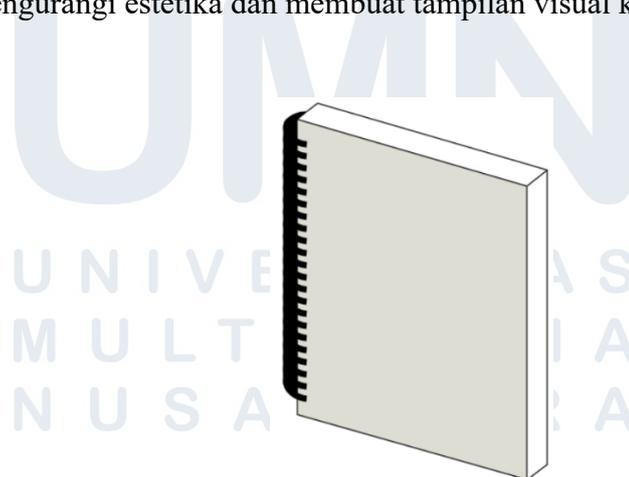
Teknik penjiilidan spiral diawali dengan proses melubangi sisi samping. Kemudian lewat lubang tersebut halaman disatukan dengan kawat spiral sehingga buku dapat dibuka dengan lebar.



Gambar 2.20 *Spiral*
Sumber: Lupton (2008)

J. *Spiral*

Teknik penjiilidan *plastic comb* melalui proses melubangi kertas yang kemudian diberikan jilid berbahan plastik. Namun, teknik ini akan mengurangi estetika dan membuat tampilan visual kurang menarik.

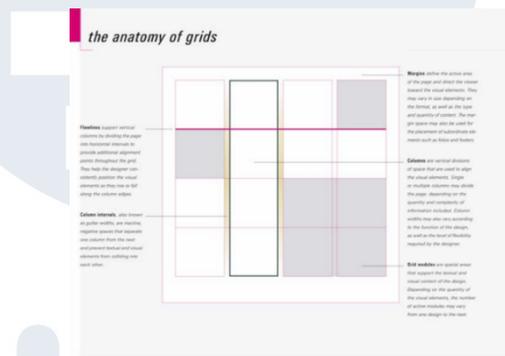


Gambar 2.21 *Plastic Comb*
Sumber: Lupton (2008)

Maka dari itu, memahami berbagai teknik penjilidan memungkinkan desainer untuk menyesuaikan aspek fungsional dan estetika buku dengan kebutuhan pembaca. Dalam perancangan ini, teknik *perfect binding* dipilih karena tampilan yang profesional dan rapi.

2.1.6 Grid

Grid merupakan komponen untuk membantu ciptakan komposisi yang harmonis dan terorganisir dalam suatu desain grafis. Hal ini dijelaskan oleh Cullen (2007, h. 55) dimana anatomi *grid* dijelaskan secara mendalam dari sisi desain visual. Maka dari itu, penggunaan *grid* yang tepat sangat penting untuk menciptakan tata letak yang harmonis, terstruktur, dan mudah dibaca terutama pada media cetak seperti buku.



Gambar 2.22 Anatomi Grid
Sumber: Cullen (2007)

A. Flowlines

Flowlines, digunakan untuk membagi halaman secara horizontal dan mendukung kolom vertikal, sehingga di sepanjang kolom desainer dapat menempatkan elemen visual secara konsisten (h. 55).

B. Column Intervals

Column Intervals, ruang kosong yang berada di antara kolom yang sehingga tumpang tindih atau benturan antara elemen visual dan teks dapat dihindarkan (h. 55).

C. Margins

Margins, area aktif halaman dan mengarahkan perhatian pembaca ke elemen utama ditentukan oleh bagian ini. Ukuran *margin* dapat bervariasi menyesuaikan format dan jumlah konten, lalu digunakan untuk menempatkan elemen sekunder seperti *footer*. Zona penyimpanan untuk memuat informasi tambahan seperti catatan dan keterangan juga terdapat disini. (h. 10).

D. Columns

Columns, dimana terdapat ruang vertikal untuk menyimpan teks, gambar, dan elemen visual. Desainer dapat menyesuaikan kolom berdasarkan kebutuhan yang akan ditampilkan (h. 55).

E. Grid Modules

Grid Modules, area yang mengatur elemen teks serta visual dalam sebuah desain. Desainer dapat mengatur jumlah modul yang disesuaikan dengan kebutuhan desain agar *layout* dapat efisien dan terstruktur (h. 55).

F. Spatial Zone

Spatial zones adalah kumpulan modul di antara kolom yang membentuk area khusus untuk teks, gambar, atau informasi lainnya (h. 10)

Maka dari itu, pemilihan *columns* dalam sistem *grid* sangat tepat untuk menciptakan tata letak yang teratur, fleksibel, dan mudah dibaca. Dalam perancangan buku ini, penggunaan kolom membantu mengorganisir teks, ilustrasi, dan elemen visual lainnya secara konsisten di setiap halaman

2.1.7 Finishing

Menurut Ambrose dan Harris (2014, h. 63) dalam bukunya yang berjudul *Basic Design: Print & Finish Second Edition*, hasil karya cetak memerlukan sentuhan akhir agar terlihat lebih istimewa secara estetika dan fungsionalitas. *Finishing* merupakan salah satu dari serangkaian proses perancangan desain yang dapat mengubah format fisik serta menambah fitur sehingga meningkatkan interaksi dengan pembaca. Sentuhan akhir ini dapat

dilakukan dengan beragam cara, dua diantaranya adalah *embossing & debossing*, dan *varnishing*. Maka dari itu, proses *finishing* menjadi tahap penting dalam memperkuat nilai estetika dan fungsionalitas buku cetak, sekaligus meningkatkan daya tarik dan interaksi dengan pembaca.

2.2.6.1 Varnishes

Teknik *finishing* ini merupakan sebuah proses dimana terdapat lapisan transparan yang memiliki fungsi melindungi media cetak dari berbagai kerusakan. Kerusakan yang dimaksud mulai dari noda, aus, dan goresan halus. *Varnishes* mencakup beberapa jenis, yaitu *dull*, *gloss*, dan *satin*. Kemudian, *UV varnishes* seringkali digunakan untuk menambah estetika pada media cetak (Ambrose dan Harris, 2014, h. 64).

A. Gloss

Teknik *finishing gloss* merupakan salah satu sentuhan akhir yang memiliki permukaan *gloss* atau mengkilap sehingga memantulkan cahaya. Teknik ini seringkali digunakan desainer untuk menambah ketajaman, saturasi, dan menambahkan segi estetika sebuah foto atau elemen grafis (h. 65).

B. Matt

Teknik *finishing matt* memiliki fungsi berlawanan dari *gloss*. Teknik ini digunakan untuk meminimalisir silau dan pantulan cahaya agar media cetak dapat terlihat lebih jelas. Penerapan teknik ini seringkali digunakan pada media yang memiliki banyak teks serta memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi (h. 65).

C. Satin

Teknik *finishing satin* memiliki hasil akhir yang berada di antara *finishing gloss* dan *matt*. Hasil akhir pada teknik ini memberikan efek kilau lebih tinggi dari *matt*, namun lebih rendah dari *gloss* (h. 65).

D. Neutral

Teknik *finishing neutral* merupakan proses sentuhan akhir dengan pelapis yang nyaris tidak terlihat sehingga penampilan media cetak

tetap seperti aslinya. *Neutral* seringkali diterapkan agar meminimalisir waktu pengeringan dalam proses cetak cepat (h. 65).

E. *UV Varnish*

Teknik *finishing UV Varnish* menggunakan cairan transparan yang akan mengering secara instan bila dipaparkan sinar ultraviolet. Jika cairan ini diaplikasikan pada media cetak maka akan menghasilkan sentuhan akhir *matt*. Teknik ini populer untuk pelapisan parsial dengan tujuan menonjolkan sebuah gambar karena terlihat lebih berkilau dibanding *varnish* biasa (h. 65).

F. *Full-Bleed UV*

Teknik *finishing full-bleed UV* merupakan salah satu sentuhan akhir yang paling banyak digunakan pada banyak media cetak. Hal ini disebabkan teknik ini dapat menghasilkan efek kilau yang besar (h. 65).

G. *Spot UV*

Teknik *finishing spot UV* merupakan sentuhan akhir yang menciptakan efek tekstur dan visual yang beragam. *Spot UV* pada umumnya diterapkan pada bagian tertentu pada bagian yang dilaminasi dengan *finishing matt* dan menciptakan hasil dengan kualitas maksimal (h. 65).

H. *Textured Spot UV*

Teknik *finishing textured spot UV* merupakan sentuhan akhir dengan menambah fitur sentuhan pada media cetak. *Textured spot UV* dapat mencakup tekstur kulit buaya, tekstur timbul, serta amplas (h. 65).

I. *Pearlscent*

Teknik *finishing pearlscent* merupakan sentuhan akhir yang memantulkan cahaya dengan cakupan warna yang luas. Efek ini dapat menambahkan rasa mewah pada media cetak (h. 65).

Maka dari itu, pemilihan jenis *varnish* yang tepat sangat berpengaruh terhadap kualitas visual dan daya tahan buku cetak. Dalam perancangan buku ini, teknik finishing seperti *spot UV* menjadi pilihan ideal untuk

menonjolkan elemen desain tertentu seperti judul atau ilustrasi tanpa mengganggu keterbacaan.

2.2.5.1 *Embossing & Debossing*

Selain *varnishes*, terdapat teknik *finishing* lain yang seringkali digunakan pada media cetak, yaitu *embossing* dan *debossing*. Kedua teknik ini melalui proses pencetakan tanpa menggunakan tinta atau *foil* pada gambar atau bagian yang diaplikasikan. Perbedaan *embossing* dan *debossing* dapat terlihat dari efek timbul yang dihasilkan. *Embossing* merupakan proses cetak timbul sedangkan *debossing* proses cetak cekung. Desainer yang ingin menggunakan tinta atau *foil* dalam prosesnya tergantung pada tujuan estetika yang ingin dicapai. Bila menggunakan teknik ini, direkomendasikan menggunakan bahan kertas yang tebal karena lebih efektif untuk menampung hasil *emboss* dan *deboss* (h. 90). Dalam perancangan buku ini, penggunaan teknik *embossing* pada elemen seperti judul atau ilustrasi sampul dapat memberikan kesan profesional dan premium yang sesuai dengan karakter generasi z yang mengutamakan estetika.

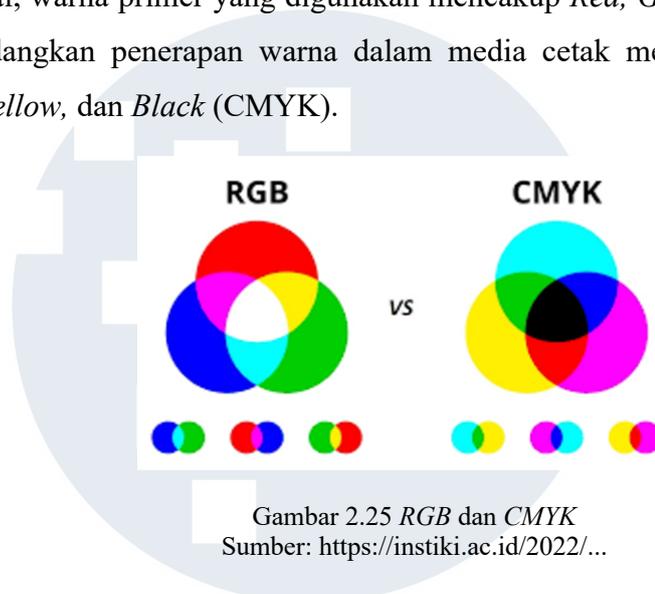


Gambar 2.23 *Embossing & Debossing*
Sumber: <https://news.sundanceusa.com/...>

2.2 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual merupakan sebuah proses interaksi atau komunikasi dengan menggunakan visual sebagai penghubung. Komunikasi tersebut didalamnya terdapat pertukaran informasi penting yang mengandung foto, gambar, warna, huruf serta elemen visual lainnya. Desain komunikasi visual adalah cabang ilmu desain yang dalam penerapannya terdapat kegunaan dan dapat

Warna juga dapat dikategorikan ke dalam kategori *subtractive color* dan *additive color* (h. 23). Warna yang terlihat pada permukaan suatu benda akibat pantulan cahaya disebut *subtractive* atau *reflected color*. Sedangkan, *additive color* adalah warna digital yang terlihat pada layar elektronik. Pada penerapan media digital, warna primer yang digunakan mencakup *Red*, *Green*, dan *Blue* (RGB). Sedangkan penerapan warna dalam media cetak mencakup *Cyan*, *Magenta*, *Yellow*, dan *Black* (CMYK).



Gambar 2.25 RGB dan CMYK
 Sumber: <https://instiki.ac.id/2022/...>

Maka dari itu, dalam konteks perancangan sebuah media, sistem warna CMYK akan digunakan untuk memastikan kualitas cetakan tetap optimal.

2.3.1.1 Psikologi Warna

Warna merupakan elemen visual yang berperan penting dalam suatu karya visual. Warna dapat mencerminkan dan menarik karakter maupun emosi. Pemilihan warna menjadi perhatian utama agar desain sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan merepresentasikan emosi dan kesan yang sesuai (Kusnadi, 2018, h. 53).

Red Excitement Strength Love Energy	Orange Confidence Success Bravery Sociability	Yellow Creativity Happiness Warmth Cheer	Green Nature Healing Freshness Quality	Blue Trust Peace Loyalty Competence
Pink Compassion Sincerity Sophistication Sweet	Purple Royalty Luxury Spirituality Ambition	Brown Dependable Rugged Trustworthy Simple	Black Formality Dramatic Sophistication Security	White Clean Simplicity Innocence Honest

Gambar 2.26 Psikologi Warna
 Sumber: <https://londonimageinstitute.com/...>

A. Biru

Warna biru merupakan warna yang menggambarkan ketenangan, kepercayaan, dan keamanan. Perasaan stabilitas dan kedamaian juga sering dikaitkan dengan warna ini. Warna biru juga digunakan untuk menciptakan suasana teratur dan tenang (h. 54).

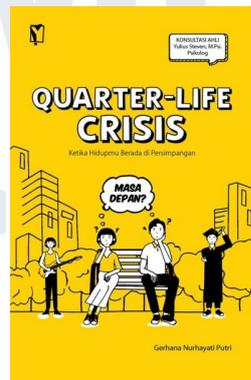


Gambar 2.27 Warna Biru

Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

B. Kuning

Warna kuning merupakan warna yang menggambarkan keceriaan serta positif, dan terkait dengan konsep optimisme juga harapan. Warna ini juga dianggap terhubung dengan kebijaksanaan, namun dapat dikaitkan dengan kepengecutan serta ketidakjujuran (h. 55).

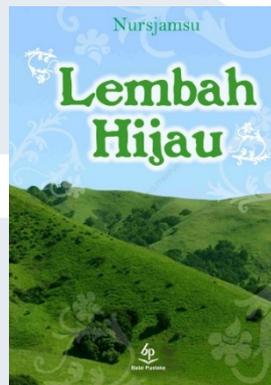


Gambar 2.28 Warna Kuning

Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

C. Hijau

Warna hijau merupakan warna yang menggambarkan kesejateraan, kesehatan, dan kesegaran. Selain itu warna ini juga dikaitkan dengan keberuntungan, pembaruan, dan regenerasi. Dengan penggambaran tersebut, warna abu-abu dapat menciptakan rasa tenang dan seimbang (h. 54).



Gambar 2.29 Warna Hijau
Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

D. Putih

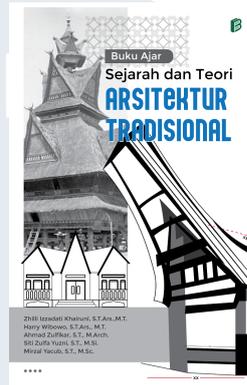
Warna putih merupakan warna yang melambangkan kebersihan, ketepatan, dan kesucian. Namun, warna ini juga sering dikaitkan dengan kematian atau suasana berkabung (h. 56).



Gambar 2.330 Warna Putih
Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

E. Abu-abu

Warna abu-abu merupakan warna yang menggambarkan konsep keseimbangan dan kesederhaan. Selain itu, warna ini juga memberikan nuansa intelektual serta reflektif sehingga sesuai dengan situasi professional (h. 56).



Gambar 2.31 Warna Abu-Abu
Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

F. Hitam

Warna hitam merupakan warna yang melambangkan kesan elegan, formal, dan kekuatan. Warna ini seringkali dikaitkan dengan suasana kesedihan, misteri, dan kematian sehingga dianggap menakutkan (h. 56).



Gambar 2.32 Warna Hitam
Sumber: <https://ebooks.gramedia.com/...>

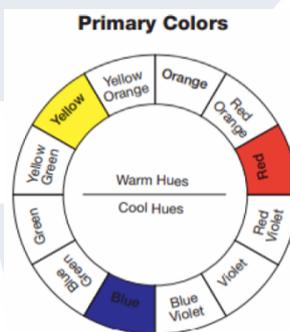
Dalam konteks perancangan ini, warna biru dapat digunakan sebagai warna utama untuk menciptakan kesan stabil dan terpercaya sesuai dengan tema dunia profesional. Selain itu, kuning juga dapat digunakan untuk memberikan kesan optimisme dan energi yang positif.

2.3.1.2 Kombinasi Warna

Kombinasi warna yang harmonis memiliki skema tertentu saat melakukan proses mendesain. Perubahan terhadap *hue*, *value*, dan *saturation* dari warna dapat mempengaruhi komunikasi serta pesan yang disampaikan kepada target. Menurut Sherin (2012, h. 19-21) terdapat beberapa teori skema warna diantaranya, yaitu:

A. Warna Primer

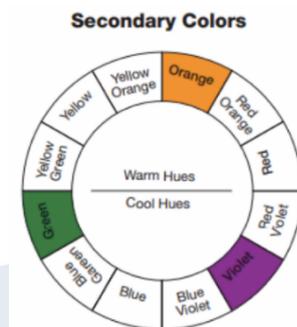
Warna primer merupakan susunan dari warna merah, kuning, dan biru. Kombinasi antara warna primer akan menghasilkan warna baru.



Gambar 2.33 Warna Primer
Sumber: Sherin (2012)

B. Warna Sekunder

Warna sekunder merupakan gabungan susunan dari dua warna primer sehingga tercipta warna sekunder. Sebagai contoh kombinasi antara warna kuning dan biru akan menghasilkan warna hijau.



Gambar 2.34 Warna Sekunder
Sumber: Sherin (2021)

C. Warna Tersier

Warna tersier merupakan gabungan dari warna primer dan sekunder. Sebagai contoh kombinasi antara warna hijau dan biru akan menghasilkan warna hijau-biru.



Gambar 2.35 Warna Tersier
Sumber: Sherin (2012)

D. Warna Komplementer

Warna komplementer merupakan dua warna primer yang berada di posisi berseberangan pada *color wheel*. Hal tersebut menyebabkan terdapat perbedaan kontras yang signifikan pada dua warna tersebut.



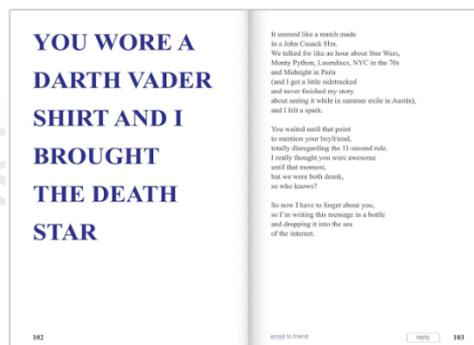
Gambar 2.36 Warna Komplementer
 Sumber: <https://idseducation.com/...>

2.2.2 Tipografi

Desain bentuk huruf pada media cetak yang memiliki ruang dua dimensi dan media gerak yang memiliki ruang dan waktu disebut tipografi. Huruf difungsikan sebagai tampilan atau teks, dan visualisasi dari huruf yang dapat berukuran besar atau tebal. *Title* dan *subtitles*, *headlines* dan *sub-headlines*, *heading* dan *subheadings* merupakan fungsi-fungsi dari tipografi (Landa, 2018, h. 38). Berikut ini merupakan jenis *type*, yaitu:

A. *Old Style*

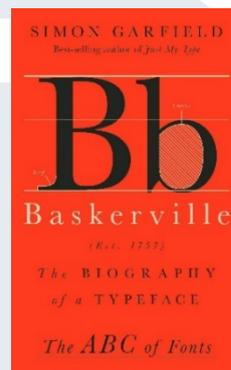
Gaya tipografi *old style* merupakan jenis huruf *serif* yang terinspirasi dari romawi abad ke-5 ditandai dengan sudut serta tanda kurung. Berikut ini contoh *font* dengan gaya *old style*, yaitu Times New Roman dalam buku yang berjudul “*I Hope You Find Me*” oleh Alan Feuer.



Gambar 2.37 *Font Old Style*
 Sumber: <https://www.amazon.com/...>

B. Transitional

Gaya tipografi *transitional* merupakan huruf serif abad ke-18 yang memiliki ciri-ciri transisi *old style* ke modern. Buku yang berjudul “*Baskerville: The Biography of a Typeface*” merupakan contoh media informasi yang menggunakan *font transitional*, yaitu *Baskerville*.



Gambar 2.38 *Font Transitional*
Sumber: [https://www.amazon.com/...](https://www.amazon.com/)

C. Modern

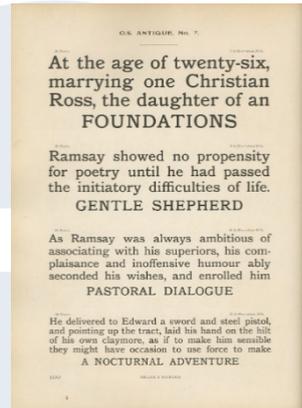
Gaya tipografi *modern* tercipta pada akhir abad ke-18 dan awal abad ke-19. Gaya *modern* memiliki kontras yang signifikan antara guratan, tebal-tipis, dan tekanan vertikal. Contoh *font modern* yaitu Walbaum yang ada pada buku “*Justus Erich Walbaum 1768–1837, Heinrich Theodor Walbaum 1798–1836: Stempelschneider und Schriftgießer*” oleh Eckehart SchumacherGebler.



Gambar 2.39 *Font Modern*
Sumber: [https://fontstand.com/...](https://fontstand.com/)

D. *Slab Serif*

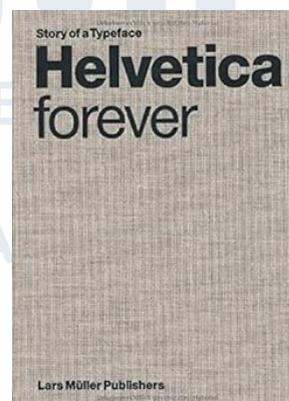
Gaya tipografi ini tercipta pada awal abad-19. *Slab serif* memiliki karakter yang berat dengan contoh *font* yaitu Bookman. Salah satu buku yang menggunakan font ini berjudul “*Specimens of Printing Type*” oleh Miller dan Richard.



Gambar 2.40 *Font Slab Serif*
Sumber: <https://www.flickr.com/...>

E. *Sans Serif*

Gaya tipografi *sans serif* memiliki ciri-ciri garis tebal dan tipis, dan tidak mengandung karakteristik dari *serif*. Gaya ini mulai populer di awal abad-19 dengan contoh *font Helvetica*. Salah satu buku yang menggunakan font ini, yaitu “*Helvetica Forever*” oleh Victor Malsy dan Lars Müller.



Gambar 2.41 *Font Sans Serif*
Sumber: <https://www.amazon.com/...>

F. Blackletter

Gaya tipografi ini merupakan manuskrip dari abad pertengahan dan dikenal sebagai huruf *gothic*. Garis yang tebal dan padat menjadi ciri khas gaya *blackletter* dengan contoh font Textura. Berikut ini merupakan contoh buku yang berjudul “Vol 2 *Blackletter Lettering Adventures*” oleh Dina Rodriguez dengan gaya *blackletter*.



Gambar 2.42 Font Blackletter
Sumber: [https://www.amazon.com/...](https://www.amazon.com/)

G. Script

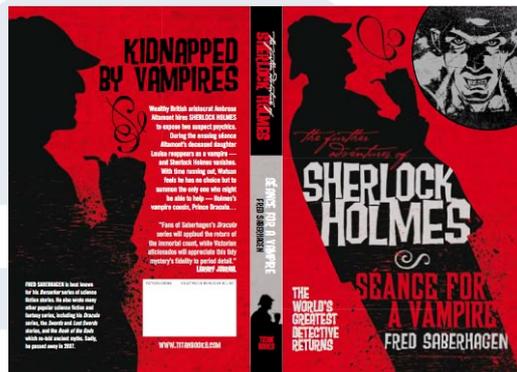
Gaya tipografi *script* merupakan huruf yang serupa dengan tulisan tangan sehingga berbentuk mirip dan seringkali menyambung. Contoh font dengan gaya ini yaitu *Brush Script* yang terdapat pada buku “*Script Fonts*” oleh Geum-Hee Hong.



Gambar 2.43 Font Script
Sumber: [https://www.itsnicethat.com/...](https://www.itsnicethat.com/)

H. Display

Gaya tipografi *display* memiliki ukuran yang besar dan pada umumnya digunakan untuk *headline* dan judul. Contoh buku yang menggunakan gaya ini berjudul “*The Further Adventures of Sherlock Holmes: Seance For A Vampire*” oleh Fred Saberhagen.



Gambar 2.44 *Font Display*
Sumber: [https://www.berserker.com/...](https://www.berserker.com/)

Dalam konteks perancangan ini sebuah media tipografi *sans serif* akan digunakan sebagai elemen utama karena memiliki bentuk yang bersih, modern, dan mudah dibaca, terutama dalam konteks komunikasi yang jelas dan langsung. *Sans serif* tidak memiliki ekor (*serif*), sehingga memberikan tampilan yang lebih sederhana dan fleksibel untuk berbagai ukuran teks, baik untuk judul, subjudul, maupun isi.

2.2.3 Ilustrasi

Ilustrasi atau *illustrate* dalam bahasa latin artinya memurnikan atau menerangi. Ilustrasi adalah gambaran untuk memperjelas suatu informasi dengan cara menampilkan visual. Berdasarkan Male (2007, h. 114) pada bukunya “*Illustration: A Theoretical Contextual Perspective*”, ilustrasi adalah bentuk komunikasi pesan yang spesifik kepada target tujuan. Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa ilustrasi merupakan gambar yang menceritakan penjelasan mengenai pesan yang akan disampaikan.

2.4.3.1 Gaya Ilustrasi

A. *Pictorial Truth*

Kategori *pictorial truth* terbagi atas tiga gaya ilustrasi, yaitu sebagai berikut:

1. *Hyperrealism* merupakan gaya menggambar yang mirip dengan bentuk aslinya.
2. *Stylized realism* merupakan gambar realis menciptakan kesan yang berbeda karena akurat dan bebas. Penggunaan warna, bentuk, ataupun hiasan yang berlebih pada *style* ini dapat menimbulkan membangkitkan sisi emosional.
3. *Sequential imagery* merupakan gaya untuk menampilkan peristiwa dari rangkaian gambar sehingga terlihat berbentuk ilusi 3 dimensi.

B. *Metaphoric*

1. *Surrealism* merupakan gaya menggambar yang berlebihan sehingga jauh lebih ekspresif dibandingkan bentuk aslinya.
2. *Diagram* merupakan gaya ilustrasi yang digunakan untuk menggambarkan suatu objek, sistem, dan data. Gaya visual ini bersifat informatif (tabel, bagan, dan kerangka).
3. *Abstract* merupakan gaya ilustrasi yang dimanfaatkan berbagai warna, bentuk, dan gestur sehingga menciptakan visual yang diinginkan oleh desainer. Umumnya gaya ilustrasi ini dilengkapi dengan teks untuk poster, sampul buku, ataupun iklan.

2.3.3.1 Peran Ilustrasi

Menurut Male (2007, h. 114), peran dari ilustrasi terbagi menjadi beberapa yaitu sebagai berikut:

1. *Documentation, Reference, dan Instruction*

Mendokumentasikan, menjadi referensi, serta pemberi instruksi kepada audiens merupakan peran dari ilustrasi. Penyajiannya tidak harus bersifat teknis dan literal tetapi dapat dilakukan dengan berbagai macam pendekatan sesuai kebutuhan. Peran ini dapat mengandung sejarah, kebudayaan, ilmu pengetahuan, ataupun kesehatan.



Gambar 2.45 *Documentation, Reference, dan Instruction*
Sumber: Male (2007)

2. *Commentary*

Commentary adalah sebuah nilai penting pada ilustrasi editorial. Digunakan untuk menyampaikan pesan pada majalan atau koran dengan tujuan memprovokasi dalam konteks politik, gaya hidup, dan ulasan.



Gambar 2.46 *Commentary*
Sumber: Male (2007)

3. *Storytelling*

Storytelling merupakan pendamping cerita fiksi, ilustrasi digunakan pada berbagai buku seperti buku cerita anak, novel bergambar, komik, dan publikasi lain. Fungsinya untuk memberikan visualisas pembaca berimajinasi dan mengerti pesan yang akan disampaikan.



Gambar 2.47 *Storytelling*
Sumber: Male (2007)

4. *Persuasion*

Peran persuasif dalam konteks komersial seperti iklan dari suatu brand. Selain itu dapat digunakan untuk keperluan politik dan propaganda.



Gambar 2.48 *Persuasion*
Sumber: Male (2007)

5. *Identity*

Ilustrasi merupakan identitas berkaitan dengan *corporate recognition* dan merek. Contohnya kemasan produk yang bertujuan untuk membedakan dengan *brand* lainnya.



Gambar 2.49 *Identity*
Sumber: Male (2007)

Dalam konteks perancangan suatu media, ilustrasi akan berperan sebagai *documentation*, *reference*, dan *instruction* dan *storytelling* untuk membantu audiens memahami informasi media. Ilustrasi juga akan digunakan untuk memperjelas konsep yang kompleks dengan pendekatan visual yang lebih komunikatif dan informatif, sehingga mempermudah pemahaman bagi pembaca.

2.3 Job Hopping

Menurut Yuen (2016) *job hopping* merupakan perilaku seseorang yang sering berpindah pekerjaan secara sukarela dalam waktu kurang dari dua tahun sebelum melakukan perpindahan ke pekerjaan berikutnya. Pertanda dari *job hopping* ini dapat meliputi pekerjaan yang tidak sesuai harapan, perpindahan kerja secara sukarela, dan dalam periode waktu yang singkat juga tidak menentu.

2.4.1 Job Hopping secara Positif

Menurut Arifin, Fitriana, dan Yuniasanti (2024), *job hopping* dapat dipandang positif jika dilakukan untuk pengembangan diri dan mencapai *work-life balance*. Namun, jika dilakukan secara impulsif, hal itu juga memiliki efek negatif, yaitu dapat mengganggu stabilitas karir diri sendiri dan perusahaan.

2.4.2 Job Hopping secara Negatif

Job hopping atau sering berpindah kerja dapat menimbulkan keraguan dari perusahaan, dianggap tidak stabil, memiliki tingkat

keamanan pekerjaan yang rendah, dan tidak pernah merasa puas dengan pekerjaannya (Arifin, Fitriana, & Yuniasanti, 2024).

2.4.3 Job Hopping di Kalangan Generasi Z

Generasi z berpindah tempat kerja secara sukarela dalam waktu yang relatif singkat, kurang dari dua tahun, dengan motivasi utama untuk mencari pengalaman kerja baru, peningkatan diri, dan lingkungan kerja yang lebih sesuai dengan nilai-nilai mereka. Generasi z juga dikenal sebagai generasi digital, sangat responsif terhadap perubahan dan tidak segan untuk berpindah jika mereka merasa tidak cocok dengan tempat kerja mereka saat ini (Arifin, Fitriana, & Yuniasanti, 2024).

2.4 Penelitian yang Relevan

Penelitian relevan merupakan penelitian terdahulu yang telah dilakukan dan dianggap memiliki keterkaitan topik yang akan diteliti, Berikut merupakan penjabaran dari penelitian tersebut.

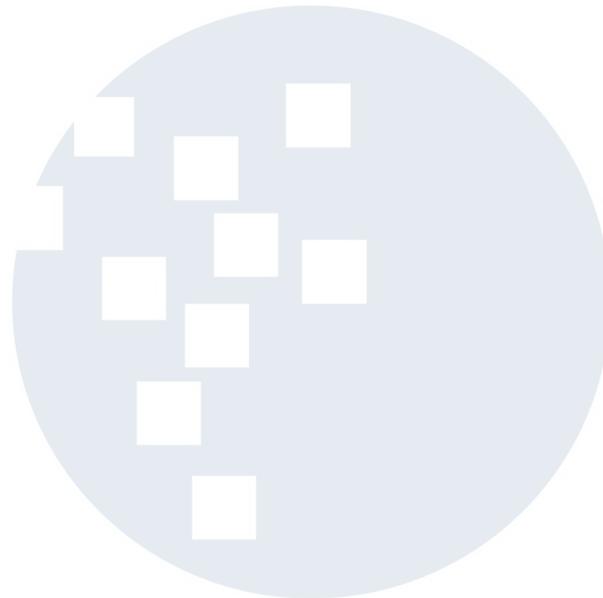
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1.	Fenomena <i>Job Hopping</i> pada Generasi Milenial di Kota Bandung	Regina., Alya Inshira Q., Ramayani Y. (2023)	Penelitian ini menemukan bahwa <i>job hopping</i> pada generasi ini di Kota Bandung dipengaruhi oleh keinginan untuk berkembang, lingkungan yang tidak mendukung, tawaran gaji dan jenjang karier yang lebih baik.	Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus terhadap generasi milenial di Kota Bandung dengan pendekatan kualitatif yang mendalam untuk memetakan faktor dominan penyebab <i>job hopping</i> .
2.	<i>Gen Z Generation: Does Job Hopping Matter</i>	Arifin, K. N., Fitriana, N., & Yuniasanti, R. (2024)	Penelitian ini menemukan bahwa <i>job hopping</i> pada karyawan Gen Z merupakan perilaku yang dipengaruhi	Dorongan kebutuhan (<i>need motivational drive</i>) sebagai motivasi baru yang belum pernah dijelaskan

No	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			oleh tujuan jangka panjang, kebutuhan personal, dan kepribadian dari pengaruh media sosial, yang berdampak positif terhadap pengembangan karier dan diri mereka.	dalam teori sebelumnya, serta memperkenalkan empat tipe siklus perpindahan kerja (<i>movement cycles</i>) sebagai bentuk perilaku <i>job hopping</i> yang bervariasi pada karyawan generasi z di Indonesia.
3.	Fenomena <i>Job Hopping</i> Pada Gen Z Dalam Bidang Komunikasi	Sabila, G. S., El Karimah, K., & Nurfadila, F. (2024)	Generasi z melakukan <i>job hopping</i> sebagai cara untuk mempercepat perkembangan karier, dengan alasan utama berupa kebutuhan akan pengembangan diri, lingkungan kerja yang sesuai, serta keinginan mencari pengalaman yang lebih luas.	Penelitian ini mengungkap secara mendalam motif intrinsik dan ekstrinsik generasi z dalam melakukan <i>job hopping</i> , serta menyajikan <i>insight</i> berbasis pengalaman nyata Generasi z di bidang komunikasi yang belum banyak dibahas dalam konteks lokal Indonesia.

Berdasarkan temuan dari berbagai penelitian diatas, kebaruan dalam perancangan buku ini terletak pada penyajian *job hopping* sebagai strategi generasi z yang terarah, bukan sekadar tren saja. Penelitian diatas menunjukkan bahwa generasi z melakukan *job hopping* karena kebutuhan akan pengembangan diri, budaya kerja yang sehat, dan *work-life balance*. Lalu adanya *gap* antara ekspektasi generasi z dan sistem kerja yang dianggap kaku, memicu tingginya kemauan berpindah kerja. Buku ini hadir sebagai media informasi yang ringan namun tetap

memberikan kesan profesional, menyajikan panduan, refleksi diri, studi kasus, dan wawasan *HR* agar generasi z mampu melakukan *job hopping* dengan benar. Buku ini didesain dengan gaya ceria, ilustrasi, serta *copywriting* yang komunikatif, dan diharapkan menjadi panduan praktis karier bagi generasi z untuk dapat “melompat ke arah yang tepat” di dunia kerja masa kini.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA