

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Informasi

Media informasi merupakan hasil dan tanda dari perkembangan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi). Indikasi kemajuan IPTEK dapat dilihat dari perkembangan dan penyebaran media informasinya. Untuk lebih memahami materi terkait media informasi, maka diperlukan pemahaman terkait kata pembentuknya, yaitu kata “media” dan “informasi”.

Secara etimologis, kata “media” berasal dari Bahasa Latin yaitu “medius” yang berarti penengah. Kata ini dikembangkan menjadi kata “medium” yang merupakan bentuk tunggal dari kata “media”. Sadiman et al (2011) menyatakan bahwa media merupakan sarana komunikasi yang memiliki bentuk cetak maupun audiovisual (h. 7). Media juga ditunjukkan sebagai medium penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain yang bersangkutan untuk mencapai tujuannya.

Kata “informasi” diambil dari bahasa Latin “informatinem” yang berarti ide. Informasi merupakan sekumpulan olahan data dalam bentuk teks maupun visual yang disebarkan untuk memenuhi pemahaman suatu pihak (Purnama, h. 11). Selain itu, media informasi juga dibutuhkan dalam proses berpikir pada manusia. Hal tersebut dinyatakan oleh Maydianto & Ridho (2021), yaitu bahwa informasi merupakan data penting yang digunakan untuk menentukan kepastian (h. 51). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka informasi merupakan sekumpulan data berbentuk visual maupun tekstual yang telah diolah dan disebarkan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Melalui penggabungan pernyataan tersebut, maka media informasi dapat dimaknai sebagai sebuah sarana komunikasi yang berisikan informasi yang berguna atau relevan. Hal ini diperjelas oleh Gule et al (2023), yaitu bahwa media informasi merupakan media yang berisi kumpulan informasi yang ditunjukkan untuk mengomunikasikan pengetahuan kepada pihak yang bersangkutan (h. 13318).

2.1.1 Tujuan Media Informasi

Menurut Gule et al (2023), media informasi ditujukan untuk menyebarkan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan. Melalui adanya media informasi, pembaruan data dapat terjadi. Melalui kebaruan data tersebut, masyarakat dapat mengikuti perkembangan informasi yang ada sehingga menginisiasikan adanya perkembangan pola pikir. Oleh karena itu, tujuan utama media informasi adalah untuk mengembangkan dan memperbarui pengetahuan dalam masyarakat supaya dapat terjadi proses perkembangan zaman (h. 13318).

2.1.2 Jenis Media Informasi

Media informasi memiliki berbagai jenis untuk menyesuaikan dengan kebutuhan sarana dari penerima informasi. Coates dan Ellison (2014) menyatakan dalam bukunya yang berjudul “*An Introduction to Information Design*” bahwa jenis-jenis media informasi ada 3 macam, yaitu: Media informasi cetak, interaktif, dan lingkungan (h. 71).

1. Media Informasi Cetak



Gambar 2.1 Contoh Media Cetak

Sumber: <https://www.gurusiana.id/read/asrilssosi/article/berangsur...>

Media informasi cetak merupakan jenis media informasi yang menggunakan aset visual untuk mendeskripsikan data yang kompleks. Media informasi cetak menggunakan aset visual berupa bagan, foto, dan ilustrasi yang disertai dengan teks. Penggunaan media informasi cetak membutuhkan navigasi dari penggunanya. Implementasi media informasi cetak yang benar dapat mengubah perilaku penggunanya (Coates & Ellison, 2014, h. 71–79).

2. Media Informasi Interaktif



Gambar 2.2 Contoh Media Informasi Interaktif (*Website*)

Sumber: [https://blog.placeit.net/top-10-laptop-mockups/...](https://blog.placeit.net/top-10-laptop-mockups/)

Media informasi interaktif merupakan media informasi yang melibatkan penggunanya untuk dapat mengakses informasi. Informasi yang diberikan merupakan informasi yang dipilih oleh penggunanya sehingga tidak diberikan seutuhnya atau telah diseleksi oleh sistem terlebih dahulu. Pada media informasi interaktif, aset yang digunakan menjadi pendukung dalam mendorong keterlibatan dan keaktifan penggunanya. Karena sifatnya yang interaktif, media ini dapat memandu penggunanya untuk mengeksplorasi konten yang disediakan (Coates & Ellison, 2014, h. 85).

3. Media Informasi Lingkungan



Gambar 2.3 Contoh Media Informasi Lingkungan (*wayfinder*)

Sumber: <https://jivvas.com/portfoliocategory/space...>

Media informasi lingkungan merupakan media informasi yang memberikan keterangan dan kejelasan terkait area dalam suatu lingkungan sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Media informasi lingkungan menggunakan berbagai media untuk mengomunikasikan

informasi selama pesan tersebut dapat mudah dipahami oleh penggunanya. Komponen utama dalam perancangan media informasi lingkungan adalah keterbacaan dan konteks. Oleh karena itu, dibutuhkan kepekaan dan pemahaman terhadap persepsi lingkungan dalam komunitas yang berkaitan (Coates & Ellison, 2014, h. 89).

2.1.3 Teknis Penyebaran Media Informasi

Efektivitas media informasi juga dipengaruhi dengan penyebarannya. Menurut Burnett dalam Zafira et al (2019), penyampaian media dibagi menjadi tiga (3), yaitu penyebaran media lini atas, media lini bawah, dan *Thought The Line*. Media lini atas adalah media dengan target audiens luas yang menyebarkan informasi secara deskriptif tanpa melibatkan interaksi audiensnya dalam proses penyampaian informasi, serta memiliki target audiens yang luas. Berbeda dengan media lini atas, media lini bawah menyebarkan informasi secara interaktif. Media *Through The Line* (TTL) adalah media yang menggunakan perpaduan komunikasi media lini atas dan media lini bawah yang melibatkan target audiens yang luas secara interaktif.

Untuk perancangan ini, penulis menggunakan teknis penyebaran media informasi lini bawah. Media lini bawah merupakan media yang dapat dirasakan langsung oleh pengguna. Contoh dari media lini bawah, antara lain: Pameran, buku, souvenir, dan kalender. Tidak seperti media lini atas atau media TTL, media lini bawah memiliki jangkauan target audiens yang lebih sempit. Meskipun begitu, karena dapat dirasakan secara langsung oleh pengguna, media lini bawah merupakan media yang memungkinkan penggunanya untuk mendapatkan informasi secara lebih jelas (Ferdinand, 2022, h. 5).

2.2 Buku

Buku adalah kumpulan informasi terstruktur yang dicetak pada kertas, dan melalui proses penjilidan dengan menggunakan bahan karton atau kertas tebal lainnya. Baran dalam bukunya yang berjudul "*Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*" (2009) menyatakan bahwa isi buku

adalah kumpulan pengetahuan ataupun karya yang ditujukan pada target audiens yang lebih spesifik dari media informasi lini atas, seperti siaran televisi dan radio. Karena memiliki keterlibatan secara langsung dengan target audiens, maka buku berpotensi untuk menetaskan ide-ide baru yang inovatif dan menantang pada pembacanya (h. 69). Sehingga dapat disimpulkan bahwa buku adalah kumpulan kertas berisi informasi terstruktur berupa pengetahuan dan informasi yang ditujukan untuk target audiens tertentu.

Buku telah berkontribusi dalam mengembangkan pengetahuan dan nilai kultural dalam masyarakat. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Baran (2009), bahwa buku merupakan agen perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat karena buku memiliki pengetahuan dan informasi kompleks yang disampaikan oleh penulis ke pembacanya. Buku juga menjadi arsip penting sejarah kebudayaan yang teruji, sehingga dapat digunakan sebagai sumber yang kredibel. Selain itu, buku merefleksikan informasi sesuai dengan keadaan dan kebudayaan pada zaman tersebut, sehingga memungkinkan penggunaannya untuk lebih memahami informasi sesuai dengan sudut pandang situasi zaman itu. Interaksi buku yang lebih personal dengan penggunaannya menjadikan buku sebagai sumber penting dalam efektivitas penyampaian informasi, pemahaman, dan perubahan (h. 69–74).

2.2.1 Komponen Buku

Dalam buku *“The Book Blueprint: Expert Advice for Creating Industry-Standard Print Books”*, Friedlander (2018) menyatakan bahwa dalam penyusunan buku, terdapat tiga (3) komponen utama, yaitu: Bagian depan buku, isi buku, dan bagian belakang buku (h. 33–45).

1. Bagian depan buku

Bagian depan buku berisikan halaman awal sebelum memasuki bagian isi buku. Pada halaman awal buku, penomoran halaman masih menggunakan angka romawi. Bagian depan buku berisi konten berupa: Halaman prancis, *frontispiece*, halaman judul, halaman hak cipta, epigraph, daftar isi, daftar

gambar, daftar tabel, kata pengantar, prakata, dan ucapan terima kasih.

2. Isi buku

Bagian isi buku berisikan konten inti dari buku. Bagian ini memiliki konten berupa: Halaman pembuka (bagian dan bab), epilog, *afterward*, dan simpulan.

3. Bagian belakang buku

Bagian belakang buku berisikan sitasi, catatan, dan materi tambahan. Bagian belakang buku berisi konten berupa: *Postscript*, appendix, catatan, glosarium, daftar kontributor, *errata*, dan index.

2.2.2 Jenis Buku

Buku memiliki berbagai kegunaan yang disesuaikan dengan target audiensnya, oleh karena itu buku dibagi menjadi dua (2) kategori, yaitu buku fiksi dan buku nonfiksi. Buku fiksi adalah jenis buku yang kontennya merupakan hasil imajinasi penulisnya, contoh dari buku fiksi antara lain: Cerita pendek, dongeng, dan novel. Berbeda dengan buku fiksi, buku nonfiksi adalah buku yang kontennya berupa pengetahuan ataupun informasi yang bersifat objektif. Contoh buku nonfiksi adalah biografi, buku panduan, dan buku akademik (Hanifa et al, 2021, h. 968).

Buku nonfiksi menggunakan bahasa yang baku dan formal karena ditujukan untuk menyampaikan informasi. Merujuk pada tujuannya, gaya bahasa yang digunakan adalah bahasa yang lugas dan denotatif supaya efektif dalam menyampaikan informasi. Informasi yang terkandung dalam buku nonfiksi adalah informasi baru ataupun modifikasi dari ide yang telah ada. Informasi pada buku nonfiksi menawarkan nilai pengetahuan dan moral yang dapat diambil oleh audiens sesuai dengan kebutuhannya (Izza'aturrohman, 2021, h. 2–3).

2.2.3 Layout Buku

Tujuan utama buku adalah menyampaikan informasi secara efektif. Oleh karena itu, layout merupakan aspek penting dalam buku karena menunjang efektivitas penyampaian informasi. Secara definitif, layout merupakan penempatan elemen desain untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam sebuah rancangan desain. Sistem *grid* merupakan bagian dari *layout* yang terdiri atas garis horizontal dan vertikal untuk membagi sebuah rancangan desain menjadi bidang dan interval sebagai acuan tata letak komponen desain (Poulin, 2018, h. 73). Penggunaan layout ditujukan sebagai standarisasi pengaturan elemen visual dan teks untuk dapat menghasilkan desain yang selaras dan harmonis (Asthararianty & Lesmana, 2019, h. 15).

Menurut Poulin (2018) dalam bukunya “Design School Layout: A Practical Guide for Students and Designers” (h. 78–115), terdapat beberapa jenis sistem *grid* pada buku, antara lain:

1. *Manuscript grid* atau *block grid*

Manuscript grid atau *block grid* merupakan grid yang telah digunakan pada awal abad keempat belas dan lima belas. Grid ini merupakan jenis grid paling sederhana dan umum digunakan pada tulisan naratif yang panjang.



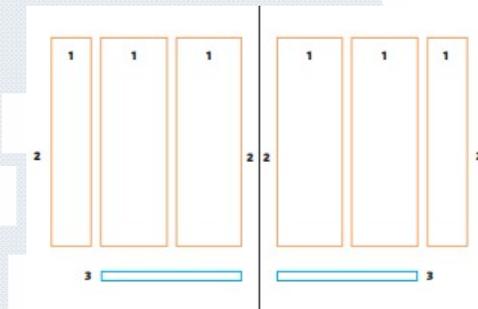
Gambar 2.4 *Manuscript Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Jenis grid ini memiliki *header*, *footer*, judul bab atau sub bab, dan nomor halaman. Grid ini memiliki margin bagian

dalam yang lebar sehingga penempatan tulisan lebih luas, atau memiliki zona kosong untuk penempatan ilustrasi ataupun informasi tambahan (Poulin, 2018, h. 78–91).

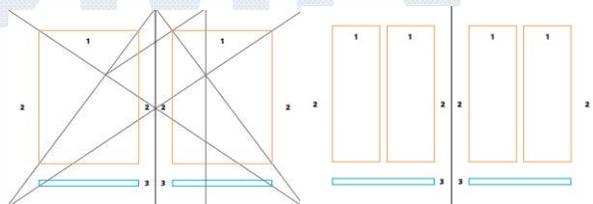
2. *Symmetrical grid*

Symmetrical grid merupakan jenis grid yang tata letak elemen desain pada bagian kiri dan kanan halamannya (verso dan recto) sama, dan memiliki ukuran margin bagian dalam dan luar yang sama. Oleh karena itu, *symmetrical grid* menghasilkan desain yang seimbang dan konsisten.



Gambar 2.5 *Multiple Column Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Multiple column grid pada *symmetrical grid* banyak digunakan pada layout majalah karena fleksibel ukuran kolomnya. *Grid* ini juga memiliki ukuran margin vertikal bagian dalam dan luar yang sama (Poulin, 2018, h. 82–91).



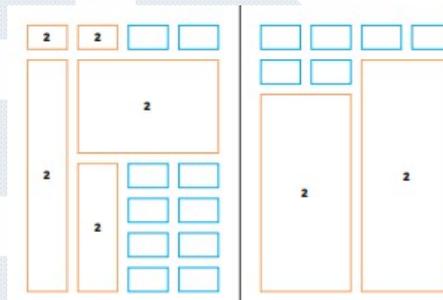
Gambar 2.6 *Single Column Grid* (kiri) dan *Double Column Grid* (kanan)

Sumber: Poulin (2018)

Single column grid dan *double column grid* pada *symmetrical grid* memiliki lebar margin vertikal bagian dalam dan luar yang sama. Penggunaan *grid* ini umum digunakan pada

buku dan esai. Pengaturan margin pada *grid* ini dapat mempengaruhi kesan atau perasaan yang ingin dimunculkan. Proporsi margin yang lebih luas memberikan kesan keseimbangan dan stabilitas, sedangkan proporsi margin yang lebih sempit memberikan kesan tegang (Poulin, 2018, h. 92–93).

3. *Modular grid*

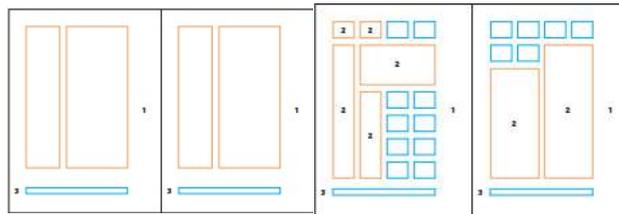


Gambar 2.7 *Modular Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Modular grid merupakan jenis *grid* dengan beberapa kolom vertikal dan horizontal yang dapat digabungkan untuk membentuk sebuah komposisi bidang dan spasial yang konsisten. *Grid* ini digunakan pada desain yang memiliki konten visual dan narasi yang kompleks sehingga membutuhkan suatu susunan hirarkis. Proporsi margin dan gutter (area kosong untuk membagi kolom pada layout) mengikuti kebutuhan layout pada halaman supaya terbentuk kesatuan. Modul yang terbentuk dapat digunakan dalam bentuk satuan atau kelompok sesuai dengan konten visual yang disajikan pada desain (Poulin, 2018, h. 92–95).

4. *Asymmetrical grid*

Asymmetrical grid merupakan *grid* yang memiliki tata letak dan ukuran kolom antara halaman kiri dan kanan yang berbeda sehingga penyebaran desain antar halaman tidak seimbang.

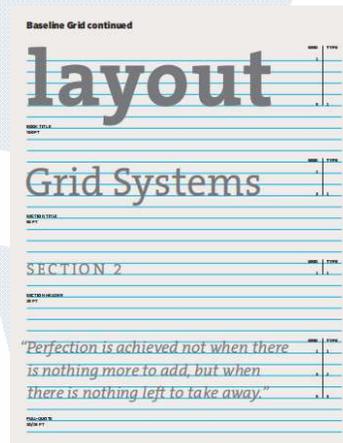


Gambar 2.8 *Asymmetrical Grid, columnar* (kiri) dan *modular* (kanan)
Sumber: Poulin (2018)

Karena memiliki komposisi kolom yang tidak seimbang, maka terjadi penyebaran konten visual dan naratif yang lebih condong ke halaman kiri atau verso (Poulin, 2018, h. 96–101).

5. *Baseline grid*

Baseline grid merupakan grid yang menggunakan *baseline* sejajar dengan penyebaran merata.

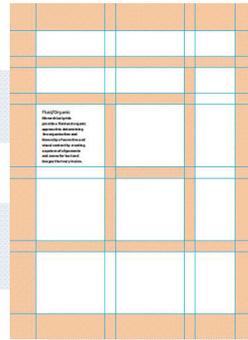


Gambar 2.9 *Baseline Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Umumnya, *grid* ini digunakan pada teks yang berkelanjutan, penempatan ukuran huruf yang berbeda-beda, serta elemen visualnya sehingga menciptakan keselarasan dan kesejajaran dalam jarak antar barisnya. *Grid* ini dapat digunakan bersamaan dengan jenis *grid system* lainnya untuk menunjang efektivitas keterbacaan dan komposisinya (Poulin, 2018, h. 102–105).

6. Hierarchical grid

Hierarchical grid merupakan *grid* dengan sistem yang fleksibel dan bervariasi, sesuai dengan penyelarasan konten tekstual dan visualnya.

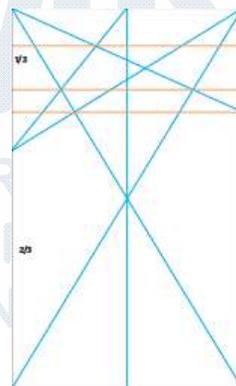


Gambar 2.10 *Hierarchical Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Jenis *grid* ini umum digunakan pada layout desain laman *website*, poster promosional, dan kemasan produk karena sifatnya yang organik, fleksibel, dinamis, dan terorganisir (Poulin, 2018, h. 106–109).

7. Marber grid

Marber grid merupakan jenis *grid* yang umumnya digunakan pada desain kover buku.



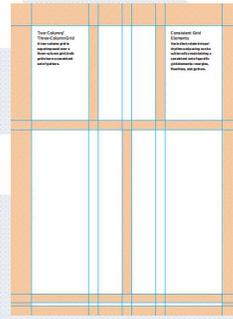
Gambar 2.11 *Marber Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Pada *grid* ini, sepertiga bagian dari desain adalah untuk keperluan tekstual dan dua pertiga bagian dari desain

mencakup elemen visual. *Grid* ini membuat tampilan desain menjadi lebih mencolok karena penekanan aspek visualnya (Poulin, 2018, h. 110–111).

8. *Compound grid*

Compound grid merupakan jenis *grid* yang menggabungkan dua atau lebih *multiple column grid* sehingga menghasilkan sebuah sistem *grid* yang terorganisir.

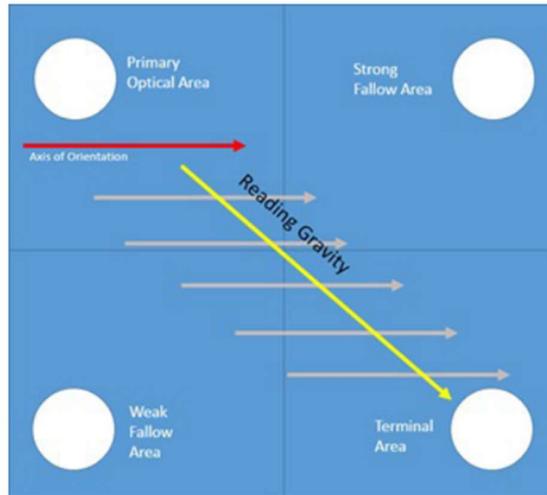


Gambar 2.12 *Compound Grid*
Sumber: Poulin (2018)

Penerapan *grid* ini adalah untuk mempertahankan konsistensi dari margin, gutter, dan *flowline* sehingga mempermudah penyampaian informasi dan klasifikasi elemen visual (Poulin, 2018, h. 112–115).

2.2.4 Pola Membaca

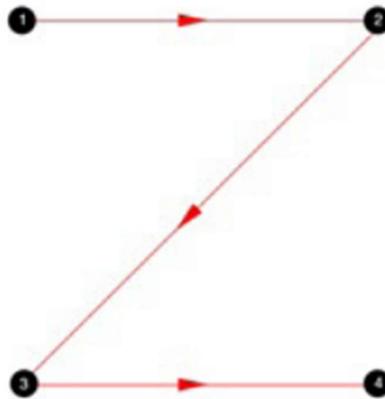
Dalam penerapan *layout* pada buku, juga harus mempertimbangkan pola membacanya. Pola membaca adalah pola dari pergerakan mata dalam membaca informasi. Dasar dalam penerapannya adalah prinsip bahwa manusia memindai informasi berdasarkan pemetaannya. Terdapat lima jenis pola membaca, antara lain: Pola membaca *Gutenberg diagram*, *Z-Pattern*, *Zig-zag pattern*, *Golden triangle pattern*, dan *F-Layout* (Segara, 2019, h. 456–460).



Gambar 2.13 *Gutenberg diagram*
 Sumber: <https://vansodesign.com/>

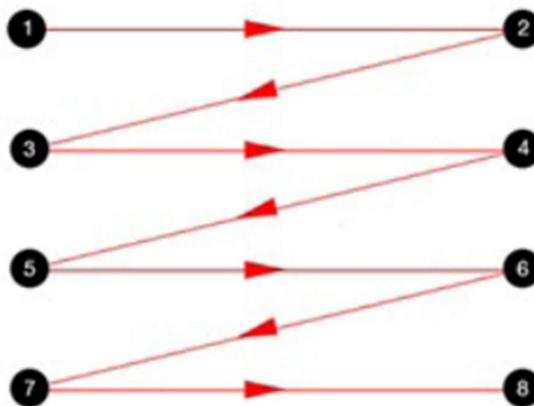
Gutenberg diagram adalah pola pergerakan mata dari kiri atas ke kanan bawah. Hal ini ditentukan melalui penyebaran area informasi dari area visual utama ke area perhentian akhir visual. Diagram ini dibagi menjadi 4 bagian, kiri atas adalah area dengan informasi utama, kiri bawah adalah area kosong yang lemah untuk dicantumkan informasi, kanan atas adalah area kosong yang kuat (mencolok) untuk dicantumkan informasi, dan kanan bawah adalah tempat untuk mengakhiri informasi. Bagian kiri atas adalah untuk mengawali suatu informasi, sedangkan kanan bawah ditujukan untuk menyatakan pernyataan akhir dari suatu informasi, umumnya diberikan suatu penekanan (Segara, 2019, h. 457).

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



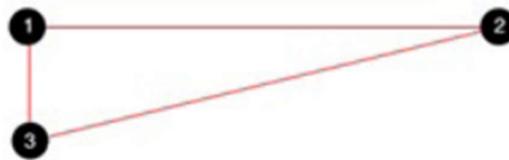
Gambar 2.14 Z-Pattern
 Sumber: <https://vanseodesign.com/>

Z-pattern adalah pola membaca yang memiliki komposisi informasi yang berulang. Penyusunan informasi diletakkan sesuai dengan lintasan pola membaca, yaitu dari kiri atas lalu horizontal ke kanan atas, kemudian diagonal-vertikal ke kiri bawah, dan diikuti dengan pergerakan horizontal ke kanan bawah. Penamaan *Z-pattern* berdasarkan pada pola membaca yang terbentuk seperti huruf “Z” (Segara, 2019, h. 457–458).



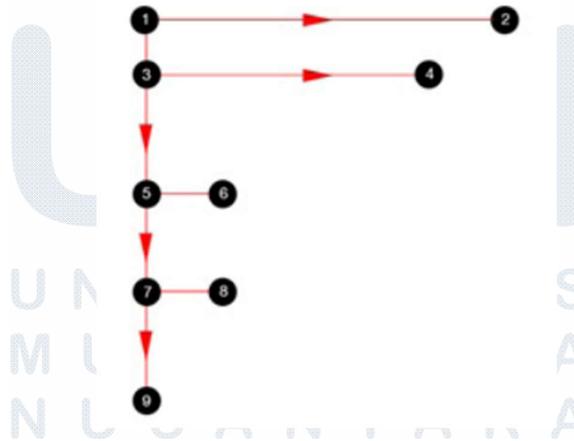
Gambar 2.15 Zig-zag pattern
 Sumber: <https://vanseodesign.com/>

Zig-zag pattern adalah pola membaca yang menyerupai pola membaca *z-pattern* namun dilakukan secara berulang. Pola membaca ini ditujukan untuk menerapkan susunan informasi tertentu yang membutuhkan pergerakan mata yang berulang dari kiri ke kanan. Pola ini umumnya diterapkan pada fitur *chatting* di berbagai media sosial (Segara, 2019, h. 458–459).



Gambar 2.16 *Golden triangle pattern*
Sumber: <https://vanseodesign.com/>

Golden triangle pattern adalah pola membaca yang juga merupakan turunan dari *z-pattern*. Perbedaan dari *golden triangle pattern* dan *zig-zag pattern* adalah kompleksitasnya. *Golden triangle pattern* lebih sederhana daripada *Z-pattern*, dimana akhir dari alur pola membacanya adalah pada kiri bawah (Segara, 2019, h. 459).



Gambar 2.17 *F-layout*
Sumber: <https://vanseodesign.com/>

F-layout adalah pola membaca dari arah kiri atas ke kanan atas lalu ke bagian tepi kiri, dan berlanjut ke kanan. Gerakan ini diulang secara vertikal

ke bawah. Pola membaca ini mengutamakan penyusunan informasi yang sistematis, berdasarkan tingkat kepentingannya (Segara, 2019, h. 459–460).

2.2.5 Gaya Bahasa

Gaya bahasa merupakan cara penyampaian informasi atau narasi dari penulis yang disesuaikan dengan kebutuhan isi buku. Dalam penggunaannya, gaya bahasa dipengaruhi oleh kebudayaan dari penulis ataupun dari lingkungan sosialnya, aspek historis atau periode waktunya, dan genre yang dibawakannya. Perbedaan gaya bahasa juga dapat dilihat dari orientasi bukunya, baik itu non-fiksi ataupun fiksi .

Gaya bahasa digunakan untuk mempengaruhi persepsi audiens dalam proses penerimaan informasi. Gaya bahasa juga dapat ditujukan untuk menekankan makna tertentu atau hal yang penting dalam suatu informasi. Dalam perancangan konteks, gaya bahasa dapat diindikasikan dari diksi, konstruksi kalimat, penggunaan retorika, dan lainnya. Penggunaan gaya bahasa disesuaikan dengan konteks yang dibawakan serta audiens yang menjadi sasaran penulisan (Prastyo, 2022, h. 5–9).

2.2.6 E-book

Buku yang awalnya merupakan media cetak mengalami digitalisasi seiring perkembangan IPTEK. Buku digital atau *e-book* merupakan kumpulan informasi terstruktur digital yang dapat diakses dengan perangkat elektronik (Mentari dalam Makdis, 2020, h. 80). *E-book* membawa berbagai kebaruan yang positif, baik dalam konteks penyebaran informasi maupun lingkungan. Dengan adanya digitalisasi buku, pencarian informasi dan pengetahuan menjadi lebih mudah dan leluasa karena dapat diakses di berbagai platform (Makdis, 2020, h. 82). *E-book* merupakan alternatif buku cetak yang ekologis karena tidak membutuhkan bahan kertas, serta tidak menimbulkan penumpukan produk karena tidak dapat mengalami proses degradasi (Ruddamayanti, 2019, h. 1199). Selain itu, *e-book* juga merupakan alternatif buku cetak yang biaya publikasinya lebih murah karena mudah diduplikasi,

serta lebih mudah dibagikan karena menggunakan media internet (Ruddamayanti, 2019, h. 1200).

2.2.7 Buku Ilustrasi

Buku ilustrasi merupakan buku yang menyajikan pesan maupun informasi dengan ilustrasi dan visual yang mendukung supaya dapat mempermudah penyampaian informasi (Asmawan dalam Fachrizal et al, 2023, h. 364). Fungsi ilustrasi pada buku terbagi menjadi empat kategori fungsi, antara lain: Fungsi deskriptif, fungsi ekspresif, fungsi analitis, dan fungsi kualitatif. Fungsi deskriptif adalah peran ilustrasi dalam memperjelas suatu informasi atau pesan dalam buku, fungsi ekspresif adalah peran ilustrasi dalam realisasi ide, fungsi analitis adalah peran ilustrasi dalam penjelasan detail terkait suatu benda, serta fungsi kualitatif adalah peran ilustrasi dalam penjelasan data dalam media kualitatif. Terlepas dari fungsi tersebut, ilustrasi dapat memberikan berbagai manfaat lainnya, antara lain: Meningkatkan ketertarikan audiens pada buku, mempermudah pemahaman terkait konteks buku, mengekspresikan pesan buku, meningkatkan aspek komunikasi pada buku, meningkatkan minat audiens dalam membaca supaya tidak jenuh, dan menciptakan ciri khas visual pada buku (Prawiro, 2019, h. 10).

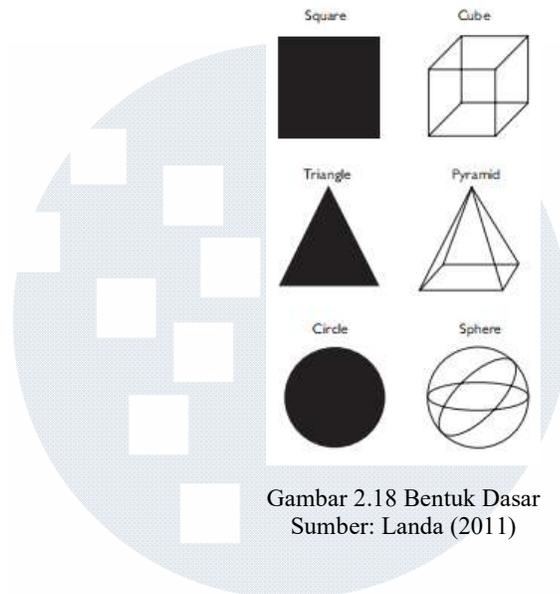
2.3 Desain Grafis

Secara definitif, desain grafis adalah suatu bentuk representasi visual yang ditujukan untuk menyampaikan suatu pesan maupun informasi kepada audiens (Landa, 2019, h. 1). Desain grafis juga merupakan suatu praktik desain yang berguna dalam memperjelas penyampaian informasi, memperkenalkan suatu brand maupun jasa, dan memberikan kontribusi sosial kepada masyarakat melalui teks dan visual. Praktik desain grafis umum digunakan pada berbagai bidang, antara lain: Kebutuhan komersil, sosial, edukasi, kebudayaan, hiburan, personal, eksperimental, dan politik. Hasil dari desain grafis dapat mengajak dan mempengaruhi audiens untuk mengikuti konsep yang dimaksud (Landa, 2019, h. 1).

2.3.1 Elemen Desain

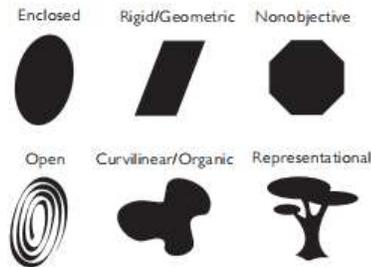
Dalam desain grafis, terdapat elemen-elemen desain yang dikomposisikan menjadi suatu hasil desain. Elemen tersebut antara lain: Garis, bentuk, warna, dan tekstur(Landa, 2019, h. 19).

1. Bentuk



Gambar 2.18 Bentuk Dasar
Sumber: Landa (2011)

Bentuk adalah gambaran umum dari suatu objek. Bentuk memiliki area tertutup yang dihasilkan sepenuhnya oleh garis atau dengan warna dan tekstur pada suatu bidang dua dimensi. Bentuk dapat diukur dengan oleh tinggi dan lebarnya serta memiliki elemen dasar, yaitu: Bentuk persegi, segitiga, dan lingkaran. Bentuk dasar yang dapat diukur berdasarkan volumenya adalah bentuk kubus, piramida, dan bola.



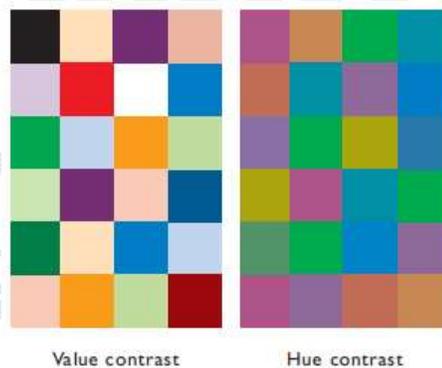
Gambar 2 19 Bentuk Abstrak dan Bentuk Figuratif
Sumber: Landa (2011)

Terdapat dua jenis bentuk, yaitu bentuk abstrak dan bentuk figuratif. Bentuk abstrak adalah distorsi dari bentuk asli atau naturalnya untuk menciptakan kesan yang lebih artistik, sedangkan bentuk figuratif adalah bentuk yang sesuai dengan bentuk aslinya (Landa, 2019, h. 20).

2. Warna

Warna merupakan bagian dari komponen pantulan cahaya. Warna memiliki tiga elemen, yaitu: Nada (nama dari warna, seperti: Merah, biru, dan hijau), nilai (Tingkat cerah-gelap suatu warna), dan saturasi (cerah atau tidak cerahnya suatu warna)

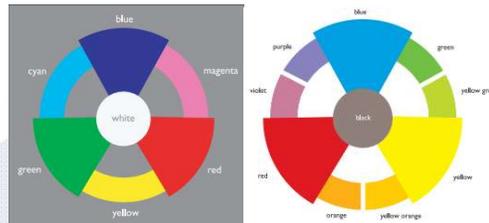
a. Warna dasar



Gambar 2.20 Nilai dan saturasi warna
Sumber: Landa (2011)

Terdapat dua jenis warna dasar, yaitu warna primer aditif dan warna primer substraktif. Warna primer aditif adalah warna

berbasis cahaya yang terdiri atas warna merah, biru, dan hijau. Warna primer aditif bila digabungkan menjadi satu kesatuan akan menghasilkan cahaya berwarna putih.



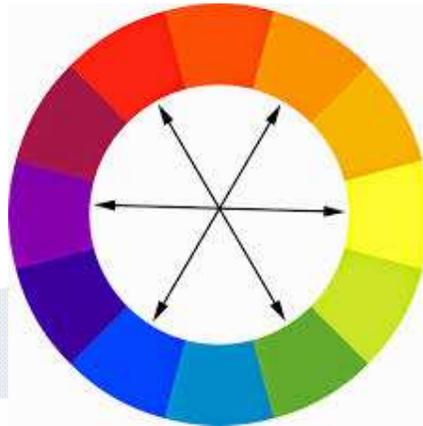
Gambar 2.21 Warna Primer dan Sekunder Aditif dan Substraktif
Sumber: Landa (2011)

Warna primer substraktif adalah warna pantulan cahaya dari permukaan yang terdiri atas warna cyan, magenta, kuning, dan hitam. Bila warna tersebut dicampur, maka akan menghasilkan warna sekunder. Warna tersebut terdiri atas warna oranye, hijau, dan ungu. Terdapat juga warna primer pada bidang percetakan yang terdiri atas warna cyan, magenta, kuning, dan hitam.

b. *Color Harmony*

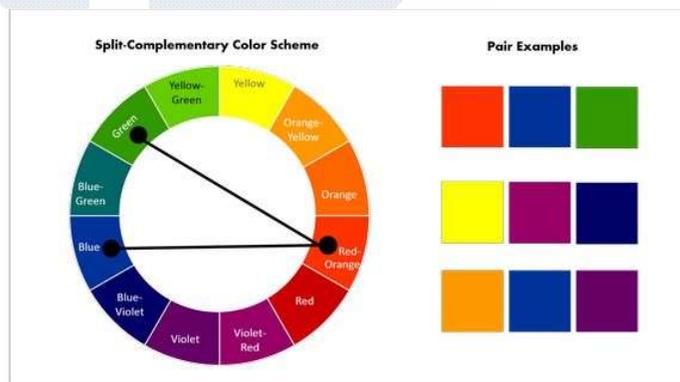
Kesuksesan kombinasi warna dapat dikaitkan dengan penggunaan *color harmony*. Penggunaan *color harmony* digunakan untuk menciptakan suatu kesan, baik itu kesan menenangkan dengan menggunakan warna-warna mirip, atau warna yang menarik perhatian dengan menggunakan warna yang kontras (Adams & Stone, 2017, h. 20–23).

Terdapat enam bentuk dasar pada *color harmony* yang dapat diterapkan pada kombinasi warna, antara lain: *Complementary*, *split complementary*, *double complementary*, *analogous*, *triadic*, dan *monochromatic*.



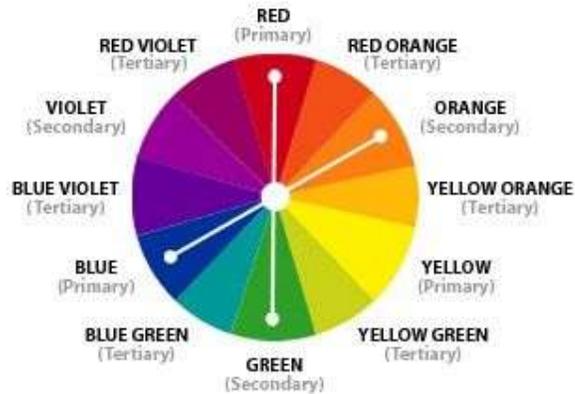
Gambar 2.22 Warna *Complementary*
 Sumber: <https://copicmarkertutorials...>

Complementary adalah penggunaan kombinasi warna yang satu dengan warna oposisinya yang tepat bersebrangan darinya. Kombinasi ini adalah kombinasi paling kontras dan ditujukan untuk menarik perhatian.



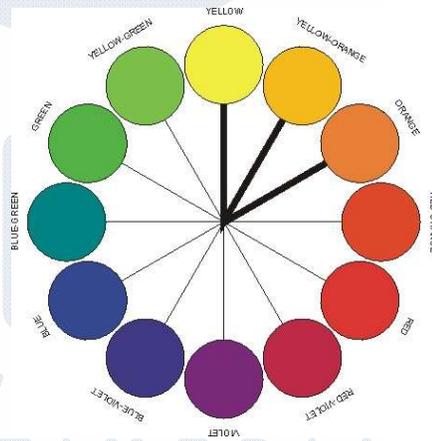
Gambar 2.23 Warna *Split Complementary*
 Sumber: <https://deavita.net...>

Split complementary adalah penggunaan kombinasi warna yang kontras dengan menggunakan dua warna yang bersebelahan dengan jarak yang sama dari warna yang bersebrangan langsung dengan warna inisial. Meskipun tetap menampilkan warna yang kontras, namun kombinasi warna ini lebih menenangkan.



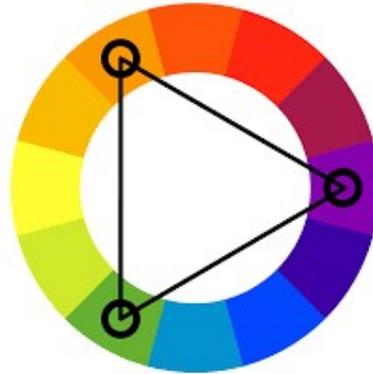
Gambar 2.24 Warna *Double Complementary*
 Sumber: <https://gabypha...>

Double complementary adalah kombinasi warna yang menggunakan empat warna yang saling bersebrangan antara yang satu dengan yang lain. Warna ini akan bertabrakan dan memberikan kesan kontras, sehingga dalam penggunaannya dalam desain harus diberikan hirarki.



Gambar 2.25 Warna *Analogous*
 Sumber: <https://www.pototschnik...>

Analogous adalah kombinasi warna dengan dua atau lebih warna yang bersebelahan dengan warna inisial. Ini adalah warna yang paling mudah untuk dilihat di mata.



Gambar 2.26 Warna *Triadic*
 Sumber: <https://www.color-meanings...>

Triadic adalah kombinasi warna dengan menggunakan tiga warna yang berjarak sama di *color wheel*. Penggunaan *triadic* pada warna primer dapat memberikan kesan yang sangat mencolok, sedangkan penggunaan warna sekunder dapat memberikan kesan yang lebih menenangkan

Monochromatic Color Wheel



Gambar 2.27 Warna Monokromatik
 Sumber: <https://openlab.citytech...>

Monochromatic adalah kombinasi warna turunan yang berdasarkan nuansa dan nilai dari satu warna. Penggunaan kombinasi ini dapat menciptakan penemuan berbagai warna turunan dengan mengatur saturasi dan kecerahan dari satu warna tersebut.

c. Psikologi Warna

Warna berperan besar dalam memberikan pengaruh behavioral dan persepsi manusia, hal ini berkaitan dengan pengaruh kebudayaan dan pengalaman (Pile dalam Meliana & Damayanti, 2023, h. 64). Hal tersebut ditunjukkan melalui hasil penelitian pada jurnal “Pengaruh Warna di Ruang Kamar Tidur Terhadap Produktivitas Selama Pandemi bagi Mahasiswa” karya Meliana & Damayanti (2023), bahwa warna berperan besar dalam memberikan pengalaman.



Gambar 2.28 Warna Hangat dan Dingin

Sumber: <https://www.techpacks...>

Warna yang berada di sebelah kiri *color wheel* (biru, hijau, dan variasinya) memberikan kesan sejuk dan luas, serta memberi persepsi ketenangan dan kedamaian (Pile dalam Meliana & Damayanti, 2023, h. 66). Sedangkan warna yang berada di sebelah kanan *color wheel* (merah, oranye, kuning, dan variasinya) memberikan kesan hangat dan sempit, serta memberikan kesan semangat dan nyaman (Monica & Darmayanti, 2022, h. 86). Selain kedua jenis warna tersebut, terdapat juga warna netral yang dibagi lagi menjadi warna netral hangat (lebih mendekati *color wheel* kanan, seperti warna coklat) dan warna netral dingin (lebih mendekati *color wheel* kiri, seperti abu-abu). Warna netral

hangat memberikan kesan familiaritas, kenyamanan, dan rasa aman (Setyohadi dalam Meliana & Damayanti, 2010, h. 66). Sedangkan warna netral dingin dapat meningkatkan fokus. Selain itu, penggunaan warna netral jika tidak digabungkan dengan warna lain dapat menimbulkan kejenuhan (Hutaeruk dalam Meliana & Damayanti, h. 67).

Menurut Adams & Stone (2017, h. 24–33), kesan warna muncul karena pengaruh kultural dan asosiasi yang mempengaruhi warna tersebut. Psikologi warna terbagi antara warna primer, sekunder, dan netral. Pada warna primer, terdapat warna merah, kuning, dan biru. Masing-masing memiliki makna dan kesan warna yang berbeda.

Color	Associated with	Positive	Negative
Red	fire, blood, sex	passion, love, blood, energy, enthusiasm, excitement, heat, power	aggression, anger, hate, revulsion, cruelty, immaturity
Yellow	sunshine	intellect, optimism, radiant, joy, idealism	jealousy, conceit, deceit, caution
Blue	sea, sky	knowledge, wisdom, peace, masculinity, contemplation, loyalty, justice, intelligence	depression, isolation, melancholy, hostility

Gambar 2.29 Arti Warna Primer
Sumber: Adams & Stone (2017)

Warna merah dapat diasosiasikan dengan api, darah, dan gairah seksual. Hal positif yang didapatkan dari warna merah adalah perjuangan, cinta, energi, antusiasme, kekuatan, dan kegembiraan; sedangkan hal negatif nya adalah agresif, kemarahan, pertengkaran, kekejaman, dan

tindakan immoral. Warna merah umumnya menandakan kecepatan dan tindakan, serta menstimulasi pernafasan, detak jantung, dan nafsu makan. Warna merah dalam kultur Asia digunakan untuk pernikahan, kebahagiaan, dan pembawa keberuntungan. Warna kuning dapat diasosiasikan dengan cahaya matahari. Hal positif yang didapatkan dari warna kuning adalah optimisme, keceriaan, kebijaksanaan, dan intelektual; hal negatif yang diasosiasikan dengan warna kuning adalah sifat cemburu, pengecut, dan penipuan. Warna kuning adalah warna yang paling cepat untuk diidentifikasi karena lebih cerah dari warna putih. Warna kuning terang menyebabkan kelelahan pada mata, sedangkan kuning pucat dapat meningkatkan konsentrasi. Warna biru merupakan warna yang menggambarkan laut dan langit. Hal positif yang didapat dari warna biru adalah intelektual, kedamaian, maskulinitas, kesetiaan, keadilan, dan ilmu. Hal negatif yang didapatkan dari warna biru adalah depresi, apati, dan detasemen. Warna biru merupakan warna yang dapat memberikan ketenangan dan meningkatkan produktivitas. Namun, warna biru pada makanan dapat membuat makanan tersebut terlihat tidak menggugah selera. Biru adalah warna yang populer digunakan oleh Perusahaan korporat karena kesan yang ditimbulkan olehnya.

Color	Associated with	Positive	Negative
Green	plants the natural environment	fertility money growth healing success nature harmony innocence youth	jealousy envy naivety pride occasional inexperience
Purple	royalty spirituality	luxury wisdom imagination magnificence rank inspiration wealth nobility mysticism	exaggeration excess melancholy arrogance
Orange	autumn citrus	creativity inspiration adventure energy vitality stimulation stability health whimsy sensitivity	materialism egotism boastfulness

Gambar 2.30 Arti Warna Sekunder
Sumber: Adams & Stone (2017)

Pada warna sekunder, terdapat warna hijau, ungu, dan oranye. Masing-masing warna memiliki keunikannya masing-masing. Warna hijau merupakan warna yang diasosiasikan dengan alam dan tumbuhan. Makna positif dari warna hijau adalah kesuburan, pertumbuhan, kesuksesan, kejujuran, kemudaan, penyembuhan, keselarasan, dan uang. Makna negatifnya adalah ketamakan, kecemburuan, mual, dan kurangnya pengalaman. Warna hijau adalah warna yang paling mudah untuk diterima oleh mata karena sifatnya yang menyegarkan dan menenangkan. Warna ungu sering diasosiasikan dengan kerajaan dan spiritualitas. Secara positif, ungu dapat dimaknai sebagai simbol kemewahan, kebijaksanaan, imajinasi, kedudukan, inspirasi, dan kekayaan. Makna negatif dari warna ungu adalah kegilaan, kekejaman, dan sifat yang berlebihan. Warna ungu merupakan warna yang dapat menggambarkan feminisme sekaligus romantis, serta dapat meningkatkan imajinasi.

Warna oranye sering diasosiasikan dengan musim gugur dan jeruk. Makna positif dari warna oranye adalah kreativitas, keunikan, energi, stimulasi, dan aktivitas. Namun, warna oranye memiliki makna negative seperti kekasaran dan kebisingan. Warna oranye merupakan warna yang menggambarkan keramahan, keseruan, dan dapat membuat seseorang untuk berpikir dan berbicara.

Color	Associated with	Positive	Negative
Black	night death	power authority weight sophistication elegance formality seriousness dignity solidity mystery styliness	loss negativity evil anxiety ambiguity accusation barrenness repression conspicuity
White	light purity	perfection wedding cleanness virtue innocence lightness softness excellence simplicity truth	fragility isolation
Gray	neutrality	balance security reliability modesty classicism maturity intelligence wisdom	lack of distinction ambiguity inconspicuousness dullness old age boredom indifference lack of energy sadness

Gambar 2.31 Arti Warna Netral
Sumber: Adams & Stone (2017)

Pada warna netral, terdapat warna hitam, putih, dan abu. Warna hitam merupakan warna yang diasosiasikan dengan malam dan kematian. Makna positif dari warna hitam adalah kekuatan, kekuasaan, elegan, formalitas, harga diri, dan keseriusan. Makna negatif dari warna hitam adalah ketakutan, kejahatan, dan kekosongan. Warna hitam membuat warna lain tampil lebih cerah. Warna putih diasosiasikan dengan kemurnian dan cahaya. Makna positif

dari warna putih adalah kesempurnaan, kebersihan, kepolosan, dan kelembutan. Makna negatif dari warna putih adalah kerapuhan dan keasingan. Warna putih adalah warna yang paling seimbang, dan seringkali diasosiasikan dengan malaikat dan Tuhan. Warna abu adalah warna yang paling netral. Makna positif dari warna abu adalah keseimbangan, keamanan, keandalan, dan kesopanan. Makna negatif dari warna abu adalah ketidakpastian, kebosanan, keraguan, dan kesedihan. Warna abu kurang dapat membangkitkan emosi yang kuat karena sifatnya yang netral.

Tujuan utama penggunaan psikologi warna adalah untuk memberikan kejelasan akan suatu informasi. Oleh karena itu, penggunaannya harus berdasarkan oleh kebudayaan atau pengalaman penggunanya karena setiap orang melihat warna dengan maknanya masing-masing (Adams & Stone, 2017, h. 32–33).

3. Gaya Visual

Gaya visual adalah suatu bentuk penyaluran ide atau konsep yang diasosiasikan dengan bentuk ilustrasi tertentu. Ilustrasi yang digunakan disesuaikan dengan fungsinya pada gambaran besarnya. Gaya visual dibagi menjadi dua secara fungsional, yaitu ilustrasi yang bersifat literal dan konseptual (Witabora, 2012, h. 662). Gaya visual literal adalah gaya visual yang menggunakan ilustrasi untuk menggambarkan keadaan atau fenomena yang sebenarnya. Sedangkan gaya visual konseptual adalah gaya visual yang menggunakan ilustrasi untuk menggambarkan suatu ide.

Gaya visual literal atau realistis digunakan untuk menunjukkan sebuah fenomena atau bentuk secara detail, yang ditunjukkan melalui berbagai komponen gambar dengan pendekatan

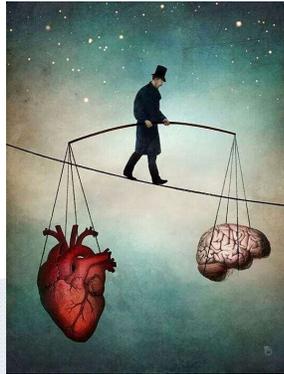
yang mendekati aslinya baik secara bentuk maupun maknanya (Witabora, 2012, h. 663).



Gambar 2.32 Gaya visual realistik
Sumber: <http://kritikzaini.blogspot.com...>

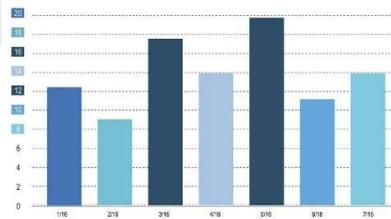
Gaya visual konseptual atau visual metafora adalah bentuk ilustrasi yang digunakan untuk menyampaikan suatu narasi yang berbentuk ide. Gaya visual ini dibagi menjadi tiga kategori, antara lain: Ilustrasi konseptual, diagram, dan abstraksi. Ilustrasi konseptual adalah gaya visual konseptual yang merepresentasikan suatu gagasan dengan menggunakan komponen-komponen yang mendukung penjelasan akan suatu fenomena yang kompleks (Witabora, 2012, h. 662).

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 2.33 Ilustrasi konseptual
Sumber: <https://medium.com/psicolog...>

Diagram adalah bentuk gaya visual konseptual yang merepresentasikan ilustrasi akan suatu informasi. Diagram memiliki fungsi untuk menyederhanakan suatu informasi yang banyak maupun kompleks sehingga dapat lebih mudah dipahami, umumnya digunakan dalam bidang pendidikan (Witabora, 2012, h. 662).



Gambar 2.34 Ilustrasi diagram
Sumber: <https://www.detik.com/edu...>

Abstraksi adalah bentuk gaya visual konseptual yang diciptakan melalui kebebasan dalam penggunaan elemen desain untuk menciptakan kesan dekoratif dan berciri khas (Witabora, 2012, h. 662).



Gambar 2.35 Ilustrasi abstrak Jackson Pollock

Sumber: <https://www.traveloka.com...>

Bentuk-bentuk gaya visual ini ditujukan untuk mendukung penggunaan ilustrasi, yaitu sebagai sarana penyebaran informasi, sarana narasi, sarana persuasi, sarana *branding*, dan sarana desain (Witabora, 2012, h. 664–665). Adapula gaya visual yang digunakan pada desain, seperti *skeuomorphism* dan *flat design*.



Gambar 2.36 Ilustrasi *skeuomorphism* dan *flat design*

Sumber: <https://asnit.lk/exploring-illustration...>

Skeuomorphism adalah gaya visual yang menggunakan elemen desain yang menyerupai tekstur atau wujud asli, serta fungsi dari suatu objek. Gaya visual ini digunakan untuk memberikan kemudahan dalam identifikasi objek. *Skeuomorphism* menggunakan efek visual seperti kedalaman, bayangan, cahaya, dan sebagainya. Tujuan utama dalam penggunaannya adalah untuk membuat objek visual menjadi familiar bagi target audiens (Spiliotopoulos, 2018, h. 2).

Flat design adalah gaya visual yang mengutamakan kesederhanaan dan bersifat minimalis. Berbeda dengan

skeuomorphism, *flat design* tidak menggunakan tambahan efek seperti bayangan, cahaya, dan tekstur lainnya. Gaya visual ini juga mengutamakan penggunaan bentuk yang sederhana dengan warna yang menonjol. *Flat design* mengambil inspirasi dari gaya *Swiss style* yang mengutamakan penggunaan tata letak dan kesederhanaan dalam hirarki visualnya.

4. Tipografi

Tipografi adalah serangkaian huruf yang disatukan dalam rangkaian visual yang konsisten. Tipografi terdiri atas angka, karakter, symbol, dan tanda baca. Tipografi memiliki beberapa klasifikasi, antara lain: *Humanist*, *transitional*, *modern*, *slab serif*, *sans serif*, *blackletter*, *script*, *display*, *extended family*, dan *super family*. Dalam perancangan ini, *typeface* yang akan dipelajari secara lebih dalam adalah sans serif dan script.



Gambar 2.37 Tampilan sans serif
Sumber: Landa (2019)

Typeface sans serif adalah jenis *typeface* yang tidak memiliki serif dan pertama kali digunakan pada abad ke-19. Keunggulan *typeface* sans serif adalah memiliki tingkat keterbacaan yang lebih tinggi karena sifatnya yang sederhana dan bentuknya yang *simple* (tidak dekoratif atau memiliki serif). Sans serif memiliki sub kategori, yaitu: *Grotesque*, *humanist*, *geometric*, dan sebagainya (Landa, 2019, h. 38–39).



Gambar 2 38 Tampilan Script
Sumber: Landa (2019)

Typeface script adalah jenis *typeface* yang paling menyerupai bentuk tulisan tangan manusia. Script memiliki kemiripan dengan bentuk goresan tinta bolpoin, pensil, maupun kuas. Script secara umum memiliki bentuk yang miring dan saling bertautan. (Landa, 2019, h. 39)

Typeface memiliki variasi yang disebut dengan *type style*. Variasinya adalah dalam hal berat (*light*, *medium*, dan *bold*), *angle* (roman atau tegak, dan *italic*), serta kolaborasi wujud dasar (*outline*, *shaded*, dan *decorated*). Kumpulan variasi dalam *typeface* disebut sebagai *type family*. *Type family* umumnya memiliki variasi berat (*light*, *medium*, dan *bold*) dan bentuk *italic* (Landa, 2019, h. 40–41).

Dalam proses desain, diperlukan kemampuan untuk memilih *typeface* yang sesuai dengan kebutuhan visual dan tujuannya. Menurut Landa (2019), pemilihan *typeface* didasari oleh hal-hal berikut: Kesesuaian dengan audiens, konsep desain, dan tujuan; fungsi masing-masing jenis *typeface*, mengidentifikasi kegunaannya baik untuk *display* maupun untuk keterbacaan; efisiensi keterbacaan *typeface* dengan menyesuaikan jumlah teks; penyesuaian ekspresi dan emosi yang dihasilkan oleh *typeface*; dan menyesuaikan bentuk, tinggi, ukuran, dan tingkat keterbacaan *typeface* dengan konsep ide yang digunakan (h. 42).

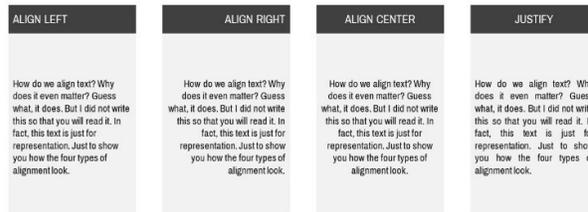
Merujuk pada pernyataan Landa, *typeface* sans serif merupakan *typeface* yang lebih mudah untuk dibaca dibandingkan dengan *typeface* serif. Dari hasil penelitian tentang akurasi

keterbacaan jenis huruf, ditemukan bahwa partisipan lebih cepat dan lebih akurat dalam membaca tulisan yang menggunakan sans serif daripada serif. Sebagian besar tulisan yang menggunakan *typeface* serif memiliki total durasi kunjungan yang lebih besar daripada *typeface* sans serif. Hal tersebut dipengaruhi oleh proses kognitif setiap partisipan, terdapat partisipan yang lebih lama karena kesulitan dalam membaca kesalahan pengejaan dalam *typeface* serif (Dogusoy et al, 2016, h. 8).

Golden Ratio scale (1.618)		
This is the Golden ratio scale	H1	2800px 1764px
This is the Golden ratio scale	H2	1752px 1089px
This is the Golden ratio scale	H3	1066px 665px
This is the Golden ratio scale	H4	677px 425px
This is the Golden ratio scale	H5	425px 268px
This is the Golden ratio scale	H6	268px 169px
This is the Golden ratio scale	>	169px 106px

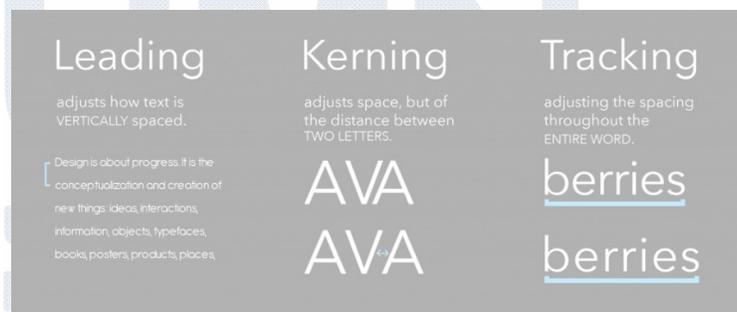
Gambar 2 39 Modular Golden Ratio Scale
Sumber: <https://cieden.com...>

Selain itu, penggunaan ukuran *typeface* merupakan hal yang penting dalam penyelarasan dan harmoni dalam proporsi desain. Untuk menentukan ukuran *typeface*, maka dapat menggunakan *modular scale*. *Modular scale* dengan menggunakan *golden ratio* (1:1,618) dapat digunakan untuk menyesuaikan ukuran font yang berbeda dengan bentuk geometrisnya melalui algoritma yang konsisten. Oleh karena itu, *modular scale* dapat membangun hubungan yang harmonis antara desain dan logika matematis (Martins et al, 2018, h. 66).



Gambar 2.40 *Alignment* pada Teks
 Sumber: <http://blog.jazzfactory...>

Hal lain yang perlu diperhatikan dalam keterbacaan suatu teks adalah *alignment*, *spacing*, tipe teks, komposisi halaman, dan alur bacaan. *Alignment* adalah pemosisian suatu teks, penggunaan umumnya antara lain: Rata kiri, yaitu pemosisian teks yang mengarah pada bagian kiri *margin*; rata kanan, yaitu pemosisian teks yang mengarah pada bagian kanan *margin*; *justified*, yaitu pemosisian teks yang mengarah secara rata pada kiri dan kanan *margin*; rata tengah, yaitu pemosisian teks pada garis tengah vertikal imajiner; *runaround*, yaitu teks yang membungkus suatu foto, gambar, maupun aset visual; dan *asymmetrical*, yaitu pemosisian teks yang dikomposisikan secara asimetris dan tidak repetitif (Landa, 2019, h. 48).



Gambar 2.41 *Leading*, *Kerning*, dan *Tracking*

Jarak dalam *spacing* teks dibagi menjadi tiga, antara lain: *Letterspacing*, *word spacing*, dan *line spacing*. *Letterspacing* adalah jarak antar huruf, atau disebut *kerning*. *Word spacing* adalah jarak antar kata. *Line spacing* adalah jarak antara dua kata yang diukur dari *baseline* ke *baseline*, atau disebut *leading*. Dalam

penggunaannya juga harus memperhatikan konfigurasi yang aneh, seperti *widow and orphan*. *Widow* adalah kata atau kalimat singkat yang terpisah di akhir paragraf, dan *orphans* adalah kata atau kalimat singkat yang terpisah di awal paragraf. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memperhatikan kesamaan *spacing*, *line breaks* yang disesuaikan dengan keterbacaan, pembagian kalimat dalam *modules*, dan penggunaan *margin* untuk membatasi teks (Landa, 2019, h. 50).

Komposisi halaman merupakan pembagian volume teks dengan menyesuaikan tujuan komunikasinya. Jika menggunakan volume teks yang besar, maka *typeface* yang digunakan harus memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi dan memiliki *type family* yang luas. Jika menggunakan volume teks dan gambar yang sama besar, maka *typeface* yang digunakan harus memiliki keterbacaan yang baik dan dapat berintegrasi dengan gambar pada *display* atau *body text* nya. Jika menggunakan volume gambar yang lebih besar, maka *display type* harus menggunakan *typeface* yang mudah diidentifikasi dan memiliki keterbacaan yang tinggi. Jika volume *caption* lebih besar dari gambar, maka teks harus memiliki keterbacaan yang baik dalam ukurannya yang kecil, dan tetap terintegrasi dengan gambar (Landa, 2019, h. 51).

Dalam penggunaan tipografi dalam teks, alur informasi merupakan hal yang utama karena bertujuan untuk komunikasi efektif. Oleh karena itu, penekanan dapat digunakan untuk menciptakan alur informasi yang jelas dan tidak monoton. Hal yang harus diperhatikan, antara lain: Penekanan melalui isolasi, penekanan melalui posisi, penekanan melalui ukuran teks, penekanan melalui kontras, penekanan melalui arah, dan penekanan melalui struktur diagram. Adapun hal lain yang dapat menjadi pertimbangan, yaitu: Penggunaan ukuran, warna, *bold face*, *italic*

atau *italic bold face*, pergantian *typeface*, dan perubahan *type style* (Landa, 2019, h. 52)

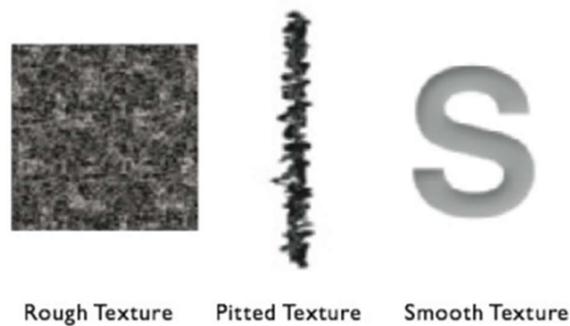
5. Tekstur

Tekstur adalah representasi akan kualitas suatu permukaan (Landa, 2019, h. 22–23). Tekstur digunakan untuk menciptakan suatu stimuli untuk menghasilkan kesan melalui indra perabaan maupun indra penglihatan. Terdapat dua jenis tekstur, yaitu tekstur taktil dan tekstur visual.



Gambar 2.42 Tampilan tekstur taktil
Sumber: Landa (2019)

Tekstur taktil adalah tekstur pada suatu media yang dapat dirasakan dengan indra perabaan. Tekstur taktil dapat ditemukan pada jenis kertas yang digunakan dalam percetakan. Selain itu, tekstur taktil dapat terbentuk dari Teknik *deboss*, *emboss*, cap, dan sebagainya.



Gambar 2.43 Tampilan tekstur visual
Sumber: Landa (2019)

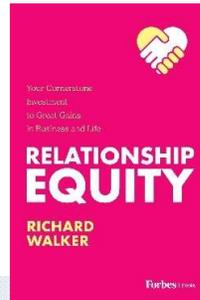
Tekstur visual adalah tekstur yang diciptakan melalui gambar, foto, lukisan, dan lain sebagainya. Tekstur ini ditujukan untuk memberikan pengalaman perabaan melalui indra penglihatan. Tekstur dapat dibentuk melalui *scanning* tekstur aslinya ataupun melalui Teknik manipulasi desain.

2.3.2 Prinsip Desain

Prinsip desain merupakan suatu prinsip dasar yang digunakan untuk mengomposisikan hasil desain. Prinsip desain terdiri atas hirarki, kesejajaran, kesatuan, dan ruang (Landa, 2019, h. 25).

1. Hirarki

Hirarki adalah penekanan visual dalam suatu desain untuk menunjukkan hubungan hirarkis antara elemen yang satu dengan yang lainnya.

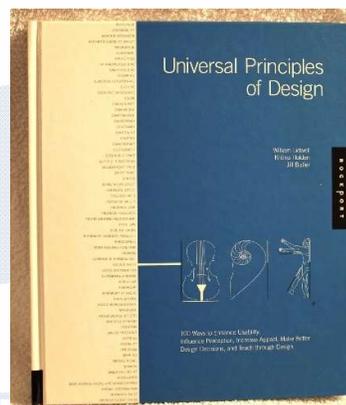


Gambar 2.44 Buku “*Relationship Equity*”
Sumber: <https://www.goodreads.com/book/show/195029798...>

Hal ini ditunjukkan melalui besar suatu elemen desain, penempatan elemen desain, perbedaan bentuk ataupun warna elemen, dan pengarahannya (Landa, 2019, h. 25).

2. Kesejajaran

Kesejajaran adalah hubungan antara satu elemen desain dengan elemen lainnya yang saling mengalir melalui penempatan maupun repetisi elemen (Landa, 2019, h. 26).

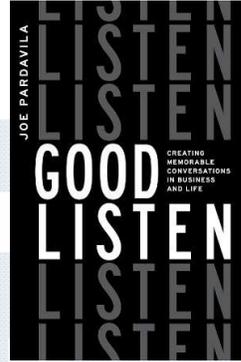


Gambar 2.45 Buku “*Universal Principles of Design*”
Sumber: <https://www.amazon.com/Universal...>

Penggunaan Kesejajaran adalah untuk menciptakan komposisi yang konsisten dan saling bertautan antara elemen yang satu dengan yang lain sehingga dapat menciptakan hubungan yang hirarkis.

3. Kesatuan

Kesatuan adalah kumpulan elemen desain yang dipadukan menjadi suatu komposisi yang selaras dan harmonis.



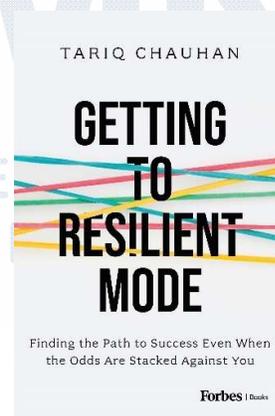
Gambar 2.46 Buku “*Good Listen*”

Sumber: <https://www.amazon.com/Good-Listen-Creating...>

Kesatuan dapat diwujudkan melalui repetisi elemen dan penggunaan berbagai variasi elemen yang diselaraskan dengan penggunaan prinsip desain lainnya (Landa, 2019, h. 27).

4. Ruang

Ruang adalah bagian dari komposisi desain yang digunakan untuk menciptakan sebuah ilusi kedalaman, arahan, maupun dimensi.



Gambar 2.47 Buku “*Getting to Resilient Mode*”

Sumber: <https://www.goodreads.com/book/show/133265086...>

Ruang dapat digunakan untuk menunjukkan repetisi, kedekatan, keberlanjutan, keutuhan, arah, dan keterhubungan (Landa, 2019, h. 28).

2.4 Proses Pembelajaran Kreatif di Desain Komunikasi Visual

Kreativitas merupakan suatu kemampuan yang mendasari proses pemikiran solutif suatu individu dari sudut pandang yang baru atau berbeda. Sebagaimana dinyatakan oleh Primawati (2023), kreativitas adalah potensi seseorang untuk menghasilkan ide atau solusi baru yang unik dan mengembangkannya menjadi sebuah kesempatan baru (h. 4). Menurut Rhode dalam Primawati (2023), terdapat empat (4) faktor yang memengaruhi perkembangan kreativitas (*Four P's of Creativity*), antara lain: *Person*, *Process*, *Press*, dan *Product*. *Person* adalah individu yang melakukan proses kreativitas melalui dorongan motivasi, *Process* adalah metode yang digunakan oleh suatu individu dalam mengembangkan kreativitas, *Press* adalah lingkungan dimana individu mengembangkan kreativitasnya, dan *Product* adalah hasil dari proses kreatif individu (h. 4).

Menurut hasil penelitian Sawyer (2021) dalam jurnalnya "*The Iterative and Improvisational Nature of the Creative Process*", proses kreatif dalam desain meliputi beberapa hal, antara lain: Repetisi, ketidakpastian, eksplorasi, kemunculan, kegagalan, perencanaan, refleksi pengalaman, dan batasan. Proses kreatif berkaitan dengan pengulangan karena sifatnya yang tidak bersifat linear atau dapat diarahkan ke beberapa tujuan. Repetisi berkaitan dengan ketidakpastian karena memberikan peluang untuk melakukan eksplorasi sehingga dapat memunculkan ruang untuk improvisasi. Selain repetisi, kegagalan juga merupakan salah satu aspek penting dalam eksplorasi yang mendorong potensi kesuksesan penciptaan inovasi. Kreativitas bukanlah hal yang misterius, kreativitas dapat dicari melalui perencanaan. Batasan dalam proses kreativitas dapat menghasilkan karya yang terencana, terkontrol, dan tidak terlalu abstrak sehingga sulit untuk dijelaskan maknanya. Munculnya kreativitas adalah melalui *trial and error*, sebagaimana manusia selalu belajar melalui kesalahan dan pengalaman (h. 4–5).

2.5 Hak Cipta

Hak Cipta merupakan lembaga hukum, yaitu bagian dari Hak Kekayaan Intelektual. Hak Cipta adalah hak pencipta atas ciptaannya, yaitu untuk mengumumkan, memperbanyak, dan memberi izin. Pencipta melahirkan sebuah ciptaan yang berasal dari pikiran atau imajinasi dan keterampilan penciptanya, yang kemudian dilindungi oleh hak eksklusif untuk diperbanyak atau dipublikasikan. Pencipta mendapat perlindungan hukum bila karyanya sudah direalisasikan, memiliki bentuk, dan bersifat orisinal (Sardjono, 2008).

Dalam buku “Hak Cipta dalam Desain Grafis”, dijelaskan bahwa kemunculan Hak Cipta berawal dari penemuan mesin cetak oleh William Caxton pada tahun 1476 yang kemudian membantu dalam memperbanyak karya tulis. Dari penemuan tersebut, muncul Perusahaan penerbitan. Para pengusaha tersebut meminta kepada raja Inggris untuk Hak Monopoli, raja Inggris pun setuju dengan permintaan tersebut karena dapat mempermudah kontrol akan penerbitan. Oleh karena itu, muncul *copyright* untuk memperbanyak karya tulis. Dari kejadian itu, muncul tradisi hukum pada Perancis, Jerman, Italia, dan Belanda. Di Belanda, terbentuk sebuah hukum bernama *Auteurswet* 1912 yang merupakan pernyataan bahwa pusat gagasan perlindungan diletakkan pada pencipta. Hukum tersebut kemudian diberlakukan pada negara jajahan Belanda, termasuk Indonesia. Setelah Indonesia merdeka, *Auteursrecht* diubah istilahnya menjadi Hak Cipta pada kongres kebudayaan di Bandung pada tahun 1952.

Sistem UUHC di Indonesia menjelaskan bahwa Hak Cipta diberikan kepada pencipta karya atau orang lain yang menerima hak (misalnya dari kontrak kerja) dari pencipta. Pencipta yang dimaksud dalam sistem UUHC adalah manusia, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 ayat 2 UUHC 28/2014. Oleh karena itu, Hak Cipta berkaitan dengan Hukum Perjanjian. Tujuan utama Hak Cipta adalah untuk melindungi hak pencipta dari penggunaan tidak sah akan karyanya oleh pihak lain. Sistem yang digunakan Hak Cipta bersifat otomatis, yaitu sejak proses pembentukan

(*fixation*) karya dilakukan, sejak saat itu pula penciptanya telah mendapatkan perlindungan Hak Cipta tanpa perlu pendaftaran. Pendaftaran karya pada Daftar Umum Ciptaan ditujukan untuk mempermudah proses pembuktian, berbeda dengan pendaftaran paten dan merk yang bersifat wajib. Perlindungan hanya diberikan atas ciptaan yang sudah ada pada suatu media yang memungkinkan perbanyakannya (pasal 12 ayat 3 UUHC 2002). Ide tidak termasuk dalam perlindungan Hak Cipta karena tidak memiliki bentuk (Jaman, et al., 2021, h. 9–11).

2.6 Penggunaan AI dalam Desain

Berdasarkan buku “Desain Komunikasi Visual dan Kecerdasan Artificial: Prinsip dan Panduan Penggunaan Kecerdasan Artificial Bagi Profesional Praktisi, Akademisi dan Institusi Pendidikan”, Kecerdasan Artifisial atau AI adalah perkembangan teknologi yang dapat mengolah data dan memberikan pilihan-pilihan yang didasari oleh algoritma dan data yang didapatkan dari seluruh dunia. AI terbentuk dari perkembangan teknologi dan internet yang menghubungkan data dengan kemampuan *machine learning* (h. 14). Dalam dunia kreatif, AI digunakan dalam pengembangan ide kreatif manusia, dan mendukung terbentuknya suatu ciptaan. AI memiliki potensi untuk menghasilkan suatu model ataupun alternatif pengembangan ide (h. 18).

Meskipun AI memberikan kontribusi yang positif, namun karena sifat dasarnya yang netral, maka terdapat pula dampak negatif yang ditimbulkan dalam penggunaannya. Dampak negatif dalam penggunaan AI adalah potensi untuk menghasilkan konten *deepfake* (pembuatan konten HOAX dengan memalsukan suatu informasi dengan bantuan AI), pelanggaran Hak Cipta (karya generatif yang dasarnya disusun dari rangkaian karya milik orang lain), dan pelanggaran privasi (h. 20–21). Oleh karena itu, penggunaan AI harus didasari dengan prinsip yang jelas sehingga tidak terjadi pelanggaran tersebut. Prinsip yang menjadi dasar dalam penggunaan AI, antara lain: Transparansi, keadilan dan kesetaraan, privasi, akuntabilitas, keamanan, ketaatan terhadap peraturan, edukasi dan

pelatihan, kolaborasi manusia dan AI, serta eksplorasi dan *testing* (h. 23–24).

AI digunakan secara transparan, dalam artian informasi, algoritma, dan metode yang digunakan harus dideskripsikan dengan jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. AI tidak digunakan untuk mendiskriminasi kelompok sosial tertentu atau untuk kepentingan pribadi yang memihak, serta data yang digunakan adalah berdasarkan *consent* dari pemiliknya. Penggunaan AI juga harus terukur dan dipantau, supaya aktivitas AI dan penggunaannya dapat berjalan dengan aman. AI harus digunakan secara bijak dan mengacu pada peraturan internasional dan nasionalnya, serta penempatan tanggung jawab dan pengambilan keputusan adalah pada pengguna- bukan AI. Dengan demikian, pengguna dan AI dapat berkolaborasi dan melakukan eksplorasi dengan memperluas pengembangan ide inisial pengguna (h.23–24).

Definisi desain menurut buku “Dasar Pengadaan dan Pengelolaan Jasa Desain”, desain berperan sebagai solusi atas suatu permasalahan melalui penciptaan nilai. Melalui definisi tersebut, maka desainer memiliki tanggung jawab untuk menjadi inovator dan bukan hanya sebagai penambah nilai, tujuannya adalah untuk memberikan dampak yang lebih signifikan dan luas kepada masyarakat, serta peran desainer dapat lebih dihargai dalam masyarakat (h. 26–28). Dalam proses desain, dibutuhkan suatu imajinasi yang diwujudkan melalui kegiatan eksplorasi keilmuan desain.

Desainer dan AI dapat bekerja sama selama penerapannya benar. Penerapan AI dalam proses desain dibagi menjadi lima tahap yang tidak bersifat linear atau dapat dimulai dari tahapan manapun, antara lain: Pendefinisian, penelitian, penggabangan, pengembangan, dan implementasi. Pada tahap pendefinisian, AI digunakan untuk memperluas perspektif suatu masalah, mengumpulkan prediksi, dan asumsi yang mungkin luput dari pemikiran. Pada tahap penelitian, AI digunakan untuk melakukan penyaringan dan proses data yang berlimpah, identifikasi tren, dan pola yang kompleks. Pada tahap penggabangan, AI digunakan untuk melakukan

percepatan dan perluasan eksplorasi ide, serta dimanfaatkan untuk menampilkan berbagai referensi. Pada tahap pengembangan, AI digunakan untuk melakukan integrasi pada wawasan dan pengalaman desainer, serta visualisasi simulasi pada hasil desain. Pada tahap implementasi, AI digunakan untuk melakukan simulasi model dan identifikasi potensi masalah pada model.

Desainer memiliki tanggung jawab dalam penggunaan AI karena karyanya akan berdampak bagi masyarakat ataupun penggunanya. Oleh karena itu, pertimbangan implementasi dalam desain AI mengacu pada prinsip dasar penggunaannya. Prinsip penggunaannya adalah sebagai berikut: Menghargai kreativitas dan kerja manusia, yaitu dengan tidak mengganti posisi desainer dengan AI; pengakuan kekayaan intelektual, yaitu dengan meletakkan tanggung jawab penciptaan pada desainer, bukan AI; apresiasi dan kepemilikan karya, dengan memberi deskripsi dan informasi yang jelas jika ada karya yang berbasis AI; orisinalitas, yaitu keaslian hasil karya mencerminkan keunikan kreativitas dari desainer sehingga dijaga secara moral atau legal; kebaruan, AI digunakan untuk membantu desainer dalam eksplorasi ide baru dan solusi yang inovatif; Menyelaraskan etika dan konteks, dasar dalam penggunaan AI didasari pengaruh sosial budaya dan tujuan DKV-nya; evaluasi dan penilaian manusia, penilaian dari proses dan hasil desain dapat dilakukan dengan menggunakan AI.

2.7 Plagiarisme

Plagiarisme diambil dari bahasa latin "*plagiare*" yang artinya mengambil dan "*plagiarius*" yang artinya perampas. Berdasarkan kata etimologinya, maka plagiarisme adalah tindakan pengambilan karya. Berdasarkan Mehic dalam Musliha (2022), plagiarisme adalah penggunaan ide, tahap, maupun karya milik orang lain tanpa mencantumkan namanya (h. 16). Selanjutnya, Musliha (2022) memiliki pandangan bahwa plagiarisme menjadi hal yang wajar dilakukan dalam lingkup akademik karena kurangnya moral terkait nilai kejujuran dan kurangnya kesadaran terhadap proses referensi karya (h. 19).

Soelistyo (2011) dalam bukunya yang berjudul "Plagiarisme: Pelanggaran Hak Cipta dan Etika" menyatakan bahwa plagiarisme adalah pelanggaran terhadap Hak Moral dan Hak Cipta. Setiap tindakan plagiarisme melanggar Hak Moral, dan akan melanggar Hak Cipta bila karya yang diplagiasi merupakan karya yang dilindungi oleh Hak Cipta (Soelistyo, 2011, h. 15). Selanjutnya, ia menegaskan bahwa plagiat merupakan proses penciptaan karya dengan mengambil karya pendahulunya tanpa memberikan unsur kebaruan (h. 18). plagiarisme umum terjadi pada mahasiswa karena mengambil gagasan milik orang lain atau tidak mencantumkan sumber referensi (h. 23–24). Dengan mencantumkan sumber referensi, karyanya akan memenuhi kejujuran intelektual sehingga tidak memengaruhi kualitas karyanya (Rahardjo dalam Soelistyo, 2011, h. 24). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa plagiarisme merupakan proses berkarya seseorang yang melanggar Hak Cipta karena mengambil gagasan milik orang lain tanpa memberikan suatu kebaruan yang memberikan perbedaan yang signifikan.

2.7.1 Jenis Plagiarisme

Plagiarisme dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis menurut. Menurut Shidarta dalam Musliha (2022), terdapat beberapa jenis plagiarisme, antara lain:

1. Plagiarisme verbatim

Plagiarisme ini dilakukan dengan mengakui karya milik orang lain menjadi karya milik sendiri.

2. Plagiarisme kain perca

Plagiarisme ini dilakukan dengan menggabungkan beberapa karya milik orang lain menjadi satu kesatuan yang diakui sebagai karya sendiri.

3. Plagiarisme parafrasa

Plagiarisme ini dilakukan dengan mengganti kata atau kalimat dari pernyataan milik orang lain dan mengakuinya sebagai pernyataan sendiri.

4. Plagiarisme kata kunci

Plagiarisme ini dilakukan dengan menyatakan inti suatu pernyataan milik orang lain dan mengakuinya sebagai pernyataan sendiri.

5. Plagiarisme struktur ide

Plagiarisme ini merupakan plagiarisme yang melibatkan penggunaan ide milik orang lain dan digunakan dalam perancangan karya sendiri. Plagiarisme ini masih sulit ditemukan kebenarannya karena ide sendiri bersifat abstrak.

Selain itu, menurut Utorodewo dalam Soelistyo (2014), terdapat klasifikasi tindakan-tindakan yang termasuk dalam plagiarisme dan yang bukan merupakan plagiarisme (h. 35–36). Berikut merupakan tindakan yang termasuk dalam plagiarisme:

1. Pengakuan terkait tulisan orang lain sebagai tulisan sendiri.
2. Pengakuan terkait karya orang lain sebagai milik sendiri.
3. Pengakuan terkait gagasan orang lain sebagai gagasan sendiri.
4. Pengakuan terkait karya kelompok sebagai karya personal.
5. Penyantuman tulisan yang sama dalam konteks yang berbeda tanpa menjelaskan sumbernya.
6. Peringkasan dan parafrase tulisan orang lain tanpa pencantuman sumber yang jelas.
7. Peringkasan dan parafrase yang masih terlalu mirip dengan tulisan aslinya.
8. Penggunaan tulisan asli orang lain tanpa menggunakan penanda yang jelas.
9. Pengambilan ide orang lain tanpa penjelasan lebih terkait sumber informasinya.

Berikut merupakan tindakan yang tidak termasuk dalam plagiarisme:

1. Penggunaan fakta umum.

2. Parafrase gagasan orang lain dengan pencantuman basis informasi yang lengkap.
3. Penggunaan kutipan secara secukupnya dengan tanda baca yang jelas serta mencantumkan perancangannya.

2.7.2 Penyebab Plagiarisme

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan plagiarisme, yaitu: Kurangnya kesadaran, kurangnya pengetahuan, ketidakpedulian, dan kurangnya manajemen waktu (Nugroho dalam Astuti et al, 2021, h. 51). Kurangnya kesadaran terkait beberapa tindakan yang termasuk dalam plagiarisme menyebabkan peningkatan praktik plagiarisme dalam bidang akademik maupun perancangan karya. Selain itu, kurangnya pengetahuan terkait bagaimana cara menghindari plagiarisme dapat berdampak pada keberlanjutan praktik plagiarisme. Ketidakpedulian pada dampak plagiarisme juga dapat mempengaruhi praktik plagiarisme karena masih ada pihak yang justru memanfaatkan plagiarisme untuk kepentingan sendiri (seperti mendapatkan karya yang baik secara praktis, mendapatkan gelar yang tinggi, dan sebagainya). Manajemen waktu yang buruk juga menjadi salah satu alasan terjadinya plagiarisme karena diharuskan menyelesaikan tugas dalam waktu singkat. Plagiarisme dianggap sebagai salah satu alternatif dalam hal penyelesaian tugas maupun perancangan karya dengan hasil yang memuaskan atau sesuai keinginan.

Selain itu, Soelistyo (2011) menambahkan bahwa faktor penyebab plagiarisme adalah karena hal berikut:

1. Moral pendidikan yang rendah

Pendidikan hanya digunakan sebagai sarana untuk mencapai suatu gelar, bukan untuk memperoleh ilmu.

2. Hubungan dengan proses keadilan

Damanik dalam Soelistyo (2011) menyatakan bahwa plagiarisme terjadi karena pola pikir pengambilan alternatif yang berorientasi pada hasil di kalangan mahasiswa, keinginan untuk

tampil hebat sehingga pendidikan digunakan untuk mencari gelar saja, sanksi hukum yang tidak tegas atau membuat jera karena hanya dikenakan sanksi administratif (h. 39–40).

3. Pengawasan plagiarisme yang kurang ketat

Pengawasan yang kurang ketat baik itu dalam lingkup akademik maupun lembaga menyebabkan banyaknya karya plagiat yang tidak teridentifikasi dan berhasil lolos tanpa adanya hukuman.

2.7.3 Pengaruh dan dampak plagiarisme

Menurut Astuti et al (2021), plagiarisme dipengaruhi oleh kemampuan literasi yang terbatas, moralitas yang rendah, dan perkembangan teknologi. Kemampuan literasi yang terbatas menyebabkan kemampuan penalaran komunikasi yang rendah sehingga menyebabkan pengambilan jalan pintas dalam kepengarangan melalui plagiarisme. Moralitas yang rendah berkaitan dengan kurangnya rasa tanggung jawab dan kejujuran sehingga mengakibatkan keberlanjutan plagiarisme. Perkembangan teknologi berkaitan dengan kemudahan dalam pencarian dan penyebaran karya maupun informasi. Penggunaan teknologi secara tidak bijak dapat menyebabkan penurunan kualitas pendidikan dan meningkatkan plagiarisme. Plagiarisme menyebabkan kurangnya rasa empati, rendahnya moralitas dalam perilaku sosial, dan menurunnya mutu sumber daya manusia (h. 53).

2.8 Metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM)

Metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM) merupakan metode yang diambil dari *Social Learning Theory* oleh Albert Bandura (1986). Dalam *Social Learning Theory*, dijelaskan bahwa kemampuan belajar manusia didefinisikan dari cara ia melihat, meniru, dan melakukannya pada kehidupan sehari-hari sesuai dengan kapabilitas dirinya. Metode ini mengandalkan pengalaman dan interaksi sebagai tingkat efektivitasnya. Penggunaan metode ini dapat memungkinkan seseorang untuk belajar secara efektif dalam waktu singkat (Nazarani dalam Pangestu & Shodiq, 2023, h. 129) sekaligus menghasilkan karya yang inovatif atau

memiliki nilai kebaruan. Oleh karena itu, metode ini efektif dalam pengembangan kemampuan secara terkontrol.

Metode ini juga merupakan metode yang dikembangkan dari metode 3N oleh Ki Hajar Dewantara, yaitu *Niteni*, *Nirokke*, *Nambahi* atau *Nemokke*. Menurut Dana (2020), *Niteni* dilakukan dengan cara memperhatikan suatu hal untuk memantik ide-ide baru. *Niteni* merupakan tahap eksplorasi untuk menemukan hal yang unik (h. 6–7). *Nirokke* berlandas keingintahuan manusia untuk meniru hal yang menarik perhatiannya dalam proses belajar. *Nirokke* berjalan bersama dengan *Niteni*, untuk mencari suatu identitas ciptaan dari pembelajaran pola pikir pencipta yang menjadi teladan, juga ditujukan untuk melatih keahlian (h. 7–8). *Nambahi* atau *Nemokke* adalah tahap pengembangan atau penemuan akan sesuatu berdasarkan keahlian penciptannya yang telah dilatih dari tahap-tahap sebelumnya. Dari tahap ini, pencipta menemukan hal baru yang bersifat keberlanjutan (h. 8).

Dalam proses pengamatan, pengguna metode ini melihat dan mengamati esensi pembelajaran yang ada. Selanjutnya, dalam proses meniru, pengguna tidak secara eksak meniru karya yang ada namun melalui beberapa tahapan terlebih dahulu. Tahapan pertama adalah meniru suatu subjek untuk diambil esensinya, tahapan ini merupakan tahapan pengenalan teknis sebagaimana manusia belajar dengan meniru esensi lingkungannya. Setelah tahapan meniru, pengguna telah mengetahui sebagian teknik yang digunakan, maka pengguna akan mengubah sebagian esensi tersebut sesuai dengan adaptasinya terhadap teknik yang dipelajari. Tidak berhenti pada tahap adaptasi, pengguna yang telah memahami penggunaan teknik dan esensi tersebut kemudian mengolahnya menjadi sebuah subjek yang baru. Pada proses modifikasi, pengguna yang telah memahami dan mengimplementasikan proses sebelumnya diarahkan untuk membentuk suatu karya baru dengan kemampuan yang telah dipelajari (Qadisah et al, 2022, h. 42–54).

2.9 Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan ditujukan untuk mendapatkan pandangan baru yang berguna untuk kelancaran proses perancangan dan memiliki kesinambungan dengan keseluruhan perancangan penulis. Penelitian yang digunakan adalah

“Penerapan Metode: Amati Tiru Modifikasi Pada Seni Desain Poster Dalam Perspektif Hak Cipta”, “Pengembangan Metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) berbantuan Media Audio Visual dalam Pembelajaran Imlā”, “Development of the ATM Method (Observe, Imitate, and Modify) in Audio Visual Integrated Poetry Reading Skills”, dan “Penggunaan E-Book pada Era Digital”.

Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
1	Penerapan Metode: Amati Tiru Modifikasi Pada Seni Desain Poster Dalam Perspektif Hak Cipta	Altares Ainun Qadisah, Angga Gasaga, Bima Prabowo, dan Dewi Sulistianingsih	Penerapan metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM) dalam bidang desain serta batasannya berdasarkan perspektif Hak Cipta.	Penerapan metode Amati, Tiru, dan Modifikasi dapat mengembangkan kemampuan dalam berkarya namun tidak disalahgunakan sebagai alasan untuk melakukan plagiarisme (pelanggaran Hak Cipta).
2	Pengembangan Metode ATM (Amati, Tiru, Modifikasi) berbantuan Media Audio Visual dalam Pembelajaran Imlā	Era Sastra Pangestu dan M. Jaffar Shodiq	Metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM) mempermudah pembelajaran Imlā, serta meningkatkan motivasi dalam	Metode ATM dengan media audiovisual membantu dalam memperkuat ingatan, serta meningkatkan daya pikir kritis, keterampilan, dan kecermatan peserta didik.

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
			pembelajaran siswa terhadap pendidikan bahasa Arab.	
3	Development of the ATM Method (Observe, Imitate, and Modify) in Audio Visual Integrated Poetry Reading Skills	Winda Wulandari, dan Edhy Rustan	Metode Amati, Tiru, dan Modifikasi (ATM) melalui media audiovisual meningkatkan kemampuan peserta dalam membaca puisi.	Penerapan metode ATM dapat diterapkan pada media yang sesuai dengan kebutuhan target audiens dengan mempertimbangkan penggunaan elemen visual dan komposisi warna.
4	Penggunaan E-Book pada Era Digital	Nasrul Makdis	E-book menjadi media informasi yang efektif dan efisien digunakan pada era digital serta memudahkan penyebaran informasi.	Kelebihan dalam penggunaan e-book adalah sifatnya yang praktis, dapat diakses dimana saja, mendukung keberlanjutan lingkungan (go-green), dan mudah disebar. E-book merupakan adaptasi digital dari buku sehingga memudahkan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Hasil Penelitian	Kebaruan
				aksesnya karena dapat dibaca melalui <i>smartphone</i> (media elektronik yang menjadi bagian integral dalam kehidupan manusia modern).

Dari hasil penelitian tersebut, dapat ditemukan beberapa informasi terkait metode ATM. Metode ATM merupakan metode yang efektif digunakan dalam pengembangan kemampuan. Metode ATM terbukti dapat meningkatkan daya pikir kritis, keterampilan, dan kecermatan. Namun metode ATM harus diimplementasikan dengan batasan yang konkrit supaya tidak masuk ke dalam ranah plagiarisme. Hal tersebut dapat terjadi bila metode ATM tidak dilakukan dengan benar, yaitu karena memiliki pemahaman yang salah akan implementasi metode ATM, yaitu bila metode ATM hanya diselesaikan pada tahap meniru. Oleh karena itu, dibutuhkan media yang dapat digunakan untuk menyampaikan ATM secara komprehensif. Visualisasi media informasi terkait metode ATM disesuaikan dengan kebutuhan audiens melalui pertimbangan visual dan komposisi warna.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA