

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Referensi Karya

Dalam pembuatan sebuah karya, penting adanya untuk mencari dan mempelajari karya-karya terdahulu yang mempunyai relevansi dengan karya yang akan dibuat. Karya terdahulu dapat menjadi landasan informasi, acuan teori dan juga memberikan pandangan mengenai temuan-temuan yang dapat memperkuat perancangan dari karya yang akan dibuat. Terdapat lima karya terdahulu yang menjadi referensi dalam perancangan karya *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ ini. Kelima karya terdahulu tersebut berkaitan dengan *photobook* dan bencana, yang nantinya akan menjadi pendukung dalam proses pembuatan karya.

2.1.1 Mengenal Serangga “Di Sekitar Kita”



Gambar 2. 1 *Photobook* Mengenal Serangga “Di Sekitar Kita”

Sumber: (Surya Dharma Yasa, Susilo, & Ramadhan, 2020)

Karya terdahulu yang pertama adalah *photobook* dengan judul “Mengenal Serangga “Di Sekitar Kita”” karya I Made Surya Dharma Yasa, Gunawan Susilo, dan Ahmad

Zakiy Ramadhan (2020). *Photobook* ini berfokus menjadi media yang membahas pengenalan serangga yang terdapat di sekitar kita kepada anak-anak usia 6-12 tahun. *Photobook* ini berisikan foto bermacam jenis serangga yang ditambahkan deskripsi mengenai serangga yang ada telah difoto dan diberikan tanda berbahaya atau tidaknya serangga tersebut terhadap manusia, khususnya anak-anak usia 6-12 tahun. Dengan adanya visual serta penanda, akan memudahkan anak-anak dalam mengidentifikasi serangga-serangga yang ada di sekitar mereka, tentunya *photobook* ini dapat menjadi media edukasi kepada anak-anak bahwa tidak semua serangga itu aman bagi mereka, tetapi ada juga yang dapat membahayakan mereka.

Terdapat kesamaan karya terdahulu ini dengan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang bertujuan untuk mengedukasi pembacanya. Namun, terdapat pula perbedaan antara *photobook* “Mengenal Serangga “Di Sekitar Kita” dengan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang terletak pada targetnya serta fokus edukasi atau temanya. Karya terdahulu ini fokus untuk mengedukasi anak-anak dengan rentang usia 6-12 tahun mengenai serangga, sedangkan perancang fokus kepada edukasi mitigasi bencana yang tertuju kepada usia remaja.

2.1.2 Perjalanan GMLS



Gambar 2. 2 *Photobook* Perjalanan GMLS

Sumber: (Silvia, 2024)

Karya selanjutnya adalah *photobook* dengan judul “Perjalanan GMLS” karya Clenica Silvia (2024). *Photobook* ini dibuat sebagai media pengenalan Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) dan media edukasi kepada masyarakat Bayah, khususnya SMPN 1 Panggarangan. Secara garis besar, karya ini berisikan profil hingga perjalanan bagaimana GMLS dibentuk dan berdiri hingga saat ini, terdapat

juga bagian yang mencantumkan sisi edukasi untuk targetnya. Tentunya *photobook* ini dapat menjadi media pengenalan sekaligus edukasi untuk masyarakat Bayah, khususnya SMPN 1 Panggarangan dalam mengenali organisasi yang dapat membantu mereka dalam mendapatkan edukasi mitigasi bencana.

Terdapat persamaan antara karya terdahulu ini dengan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang fokus kepada meningkatkan kesadaran pembaca juga mengangkat sebuah Lembaga Pendidikan Menengah Pertama. Namun, terdapat perbedaan dari segi isi pada karya terdahulu ini terhadap *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang mana karya terdahulu hanya sedikit memberikan dan membahas sisi edukatif mengenai mitigasi bencana.

2.1.3 Eksotika Padang Kota Lama



Gambar 2. 3 *Photobook* Eksotika Padang Kota Lama

Sumber: (Ridho, Heldi, & Kamal, 2019)

Karya terdahulu ketiga adalah *photobook* berjudul “Eksotika Padang Kota Lama” karya Muhammad Ridho, Heldi, dan M. Nasrul Kamal (2019). Karya terdahulu ini berfokus dalam menggali nilai-nilai sejarah dan bukti sisa kejayaan Padang Kota Lama seperti tahun terbentuknya sebuah bangunan, fungsi dahulu dan sekarang, nama dahulu dan sekarang serta lokasi bangunan tersebut yang disampaikan menggunakan narasi historis sehingga memberikan kesan edukatif terhadap pembacanya.

Karya ini memiliki kesamaan dengan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang memiliki fokus memberikan edukasi pada pembacanya, hanya saja fokus edukasi karya terdahulu ini membahas tentang Kota Padang Lama

dari sisi sejarahnya, sedangkan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ memiliki fokus edukasi mengenai mitigasi bencana. Terdapat juga perbedaan antara *photobook* “Eksotika Padang Kota Lama” dan ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang terletak pada target audiensnya serta penggunaan warna dalam *photobook* yang mana *photobook* “Eksotika Padang Kota Lama” didominasi oleh warna monokrom atau gelap, sedangkan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ didominasi dengan penggunaan warna cerah.

2.1.4 Pahlawan Kecil Tanggap Bencana



Gambar 2. 4 Photobook Pahlawan Kecil Tanggap Bencana

Sumber: (TJhin, 2025)

Karya terdahulu keempat merupakan *photobook* berjudul ”Pahlawan Kecil Tanggap Bencana” karya Marcelline Tjhin (2024). Karya ini berfokus dalam edukasi mengenai mitigasi bencana kepada anak Sekolah Dasar yang disampaikan dengan metode *storytelling*.

Karya ini memiliki kesamaan dengan *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ yang isi *photobook*-nya berfokus pada edukasi mitigasi bencana. Terdapat perbedaan dalam kedua *photobook* ini yang terletak pada target audiens dan maskot. Pada *photobook* ‘Urang Situregen: Tatag Ngamumulé Lembur’ menargetkan anak Sekolah Menengah Pertama dan tidak menggunakan maskot dalam perancangan *photobook*-nya.

Tabel 2.1 Referensi Karya

No	Item	Karya 1	Karya 2	Karya 3	Karya 4
1.	Judul Karya	Mengetahui Serangga “Di Sekitar Kita” http://repository.stiki.ac.id/1615/ Judul Jurnal: Perancangan Buku Foto “Serangga Di Sekitar Kita”	Perjalanan GMLS https://kc.umn.ac.id/id/eprint/29210/ Judul Jurnal: Perancangan <i>Photobook</i> “Perjalanan GMLS” Sebagai Media Memperkenalkan Gugus Mitigasi Lebak Selatan Kepada Masyarakat Bayah di SMP Negeri 1 Panggarangan	Eksotika Padang Kota Lama https://ejournal.unp.ac.id/index.php/dkv/article/view/103587/101383 Judul Jurnal: Eksotika Padang Kota Lama	Pahlawan Kecil Tanggap Bencana https://kc.umn.ac.id/id/eprint/36319/ Judul Jurnal: Perancangan <i>Photobook</i> “Pahlawan Kecil Tanggap Bencana” sebagai Materi Edukasi Mitigasi Bencana di SDN 03 Situregen

2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	I Made Surya Dharma Yasa, 2020, Sekolah Tinggi Informatika dan Komputer Indonesia	Silvia Clenica, 2023, Universitas Multimedia Nusantara	Muhammad Ridho, Heldi, dan M. Nasrul Kamal, 2019, Universitas Negeri Padang	Marcelline Tjhin, 2025, Universitas Multimedia Nusantara
3.	Fokus Karya	<i>Photobook</i> ini fokus sebagai media edukasi pengenalan serangga kepada anak-anak.	<i>Photobook</i> ini fokus sebagai media pengenalan komunitas lokal Gugus Mitigasi Lebak Selatan (GMLS) dan sedikit edukasi mengenai mitigasi bencana	<i>Photobook</i> ini fokus sebagai media yang membahas sejarah sekaligus edukasi mengenai bangunan peninggalan di Kota Padang Lama	<i>Photobook</i> ini fokus sebagai media edukasi mitigasi bencana di Desa Situregen, khususnya pada SDN 03 Situregen
4.	Persamaan	<i>Photobook</i> ini memiliki kesamaan, yaitu pada tujuan pembuatan untuk mengedukasi.	<i>Photobook</i> ini memiliki kesamaan, yaitu pada tujuannya yang fokus pada meningkatkan kesadaran pembaca yang juga mengangkat sebuah	<i>Photobook</i> ini memiliki kesamaan, yaitu pada tujuannya dalam mengedukasi pada pembacanya	<i>Photobook</i> ini memiliki kesamaan, yaitu tujuannya berfokus pada edukasi mitigasi bencana

			Lembaga Pendidik Mengengah Pertama		
5.	Perbedaan	<i>Photobook</i> ini memiliki perbedaan, yaitu target audiens dan tema yang dibahas.	<i>Photobook</i> ini memiliki perbedaan, yaitu pada isi <i>photobok</i> yang lebih sedikit membahas tentang edukasi mitigasi bencana dan lebih fokus kepada pengenalan komunitas lokal GMLS	<i>Photobook</i> ini memiliki perbedaan, yaitu pada audiens dan penggunaan warna dalam <i>photobook</i>	<i>Photobook</i> ini memiliki perbedaan, yaitu pada target audiensnya dan menggunakan maskot dalam <i>photobook</i>
6.	Hasil Karya	Hasil dari karya <i>photobook</i> "Menenal Serangga "Di Sekitar Kita"" adalah menjadi media edukasi pada anak-anak dalam mengenal serangga yang ada di sekitar tentang mana yang berbahaya dan tidak.	Hasil dari karya <i>photobook</i> "Perjalanan GMLS" adalah menjadi media pengenalan komunitas lokal GMLS kepada masyarakat Desa Situregen, khususnya SMPN 1 Panggarangan.	Hasil dari karya <i>photobook</i> "Eksotika Padang Kota Lama" adalah menjadi media pengenalan dan edukasi sejarah tentang peninggalan bangunan di Kota Lama Padang	Hasil dari karya <i>photobook</i> "Pahlawan Kecil Tanggap Bencana" adalah menjadi media edukasi bagi masyarakat Desa Situregen, khususnya SDN 03 Situregen

2.2 Landasan Konsep

2.2.1 Visual Communication

Komunikasi visual terdiri dari dua kata, komunikasi dan visual, komunikasi adalah pertukaran pesan dari satu orang kepada orang lain melalui media dengan menghasilkan umpan balik tertentu. Sedangkan visual adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui mata. Komunikasi visual adalah sebuah proses pertukaran pesan visual dari satu orang kepada orang lain yang menghasilkan umpan balik (Andhita, 2021). Dalam komunikasi visual, lambang, huruf, warna, foto, gambar, grafis, dan unsur visual lainnya terlibat dalam proses pertukaran pesan melalui media tertentu sehingga dapat menginterpretasikan makna tertentu. Terdapat enam jenis media komunikasi visual yang dapat digunakan untuk memperkuat pesan dan tujuan, yaitu.

A. Media Cetak

Media cetak merupakan bentuk media komunikasi visual yang dicetak seperti brosur, majalah, *photobook*, spanduk, dan lainnya.

B. Media Audio Visual

Media audio visual merupakan bentuk media yang menggabungkan unsur suara dengan gambar dalam penyampaian pesan, seperti video, animasi, film, dokumenter, dan lainnya.

C. Media Luar Ruang

Media luar ruang biasanya digunakan sebagai media untuk promosi, seperti baliho, spanduk, *ambient media*, dan lainnya.

D. Media Display

Media display biasa digunakan sebagai pajangan objek visual, seperti poster, stiker, etalase, mading, dan lainnya.

E. Barang Kenangan

Barang kenangan merupakan media yang digunakan untuk menjadi barang pengingat penerima, seperti kaos, handuk, topi, souvenir, dan lainnya.

F. Media Baru

Media yang menggunakan berbagai jenis media yang sifatnya integratif, seperti aplikasi, media sosial, *website*, dan lainnya.

2.2.2 Visual Communication Component

Terdapat elemen atau komponen dalam komunikasi visual yang berperan penting dalam memperjelas pesan yang ingin disampaikan kepada penerima (Andhita, 2021). Komponen tersebut meliputi,

A. Kontras

Kontras berhubungan dengan adanya perbedaan tingkat kecerahan atau kegelapan dalam gambar, sehingga dapat menciptakan efek tertentu

B. Ruang

Ruang merupakan elemen yang dapat membedakan jarak antara satu dan bentuk lainnya. Komponen ini memiliki 4 sub komponen, yaitu,

1. *Deep spaces* adalah ruang yang memberikan ilusi tiga dimensi pada layar dua dimensi, ruang ini dapat membuat audiens memiliki pengalaman tiga dimensi.
2. *Flat spaces* adalah ruang datar yang tidak memberikan ilusi seperti *deep spaces*, ruang ini menekankan kualitas dua dimensi dari permukaan layar.
3. *Limited spaces* adalah konsep ruang dengan kombinasi dari ruang dalam dan datar, namun memiliki keterbatasan dari segi kedalaman dan kedataran visual.
4. *Ambiguous space* adalah sebuah konsep ruang yang memiliki penafsiran lebih dari satu dari objek dalam gambar.

C. Garis

Garis merupakan dua titik yang saling terhubung yang memiliki fungsi menggabung, mengatur, membagi, membangun, dan memindahkan objek grafis lainnya. Garis memiliki beberapa kategori yang di setiap kategorinya memiliki efek psikologis tertentu ketika ditampilkan dalam gambar seperti *horizontal*, *vertical*, *diagonal*, dan *curved*.

D. Bentuk

Bentuk merupakan visual yang terbentuk dari garis yang digabungkan. Bentuk memiliki tiga kategori dengan karakteristik visual yang unik seperti geometris, organik, dan *random*.

E. Tekstur

Tektur merupakan kesan, tampilan atau nuansa dari permukaan objek yang berfungsi mengarahkan atau menciptakan kesan audiens dalam keluasan, kehalusan, kedalaman, kekasaran, keceraha, kegelapan, rata atau tidak rata pada permukaannya.

F. Tonasi Warna

Tonasi merupakan rentang gelap atau terangnya warna dalam komposisi tertentu yang memiliki fungsi memberikan stimulan bagi audiens.

G. Warna

Warna memiliki roda warna dasar yang terdiri dari 12 warna dan kemudian dipecah menjadi tiga kategori warna seperti primer, sekunder, dan tersier. Warna memiliki pengaruh terhadap perasaan dan perilaku manusia.

H. Gerakan

Gerakan merupakan tindakan atau proses perubahan tempat atau posisi secara tersurat atau tersirat yang memiliki fungsi memandu mata audiens melalui pesan visual.

I. Tipografi

Tipografi merupakan seni dan teknik dalam hal tata letak huruf, jenis huruf, warna huruf, spasi huruf, karakteristik huruf, ukuran huruf, pemilihan kata, kalimat atau paragraf yang dapat memberikan efek tertentu.

J. Ilustrasi

Ilustrasi merupakan seni dalam proses pembuatan gambar, foto, atau diagram yang berfungsi untuk memperjelas pesan, ide, dan makna ide yang dirancang secara visual

2.2.3 Fotografi

Fotografi merupakan proses merekam pantulan cahaya yang mengenai objek pada media yang peka cahaya (kamera) yang dapat membangun identitas serta reputasi dari sebuah produk (Setiadi, 2023). Fotografi berarti sebuah proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai objek tersebut pada media yang peka cahaya (Yunianto, 2021). Dengan kata lain, fotografi terbentuk dari adanya campuran atau kombinasi fenomena cahaya dan aktivitas merekam atau menggambar dengan cahaya. Dalam hal ini fotografi akan menjadi konsep dasar dan juga alat komunikasi yang digunakan dalam mengambil gambar di Desa Situregen.

Fotografi juga memiliki kemampuan untuk menciptakan rasa emosional dan inspirasi perubahan kepada pembacanya (Rubinstein, 2023). Dari sini terlihat bahwa fotografi tidak hanya merupakan sebuah proses merekam atau menangkap sebuah pantulan cahaya atau objek, namun juga memiliki kemampuan dalam memberikan kesan emosional bahkan inspirasi perubahan kepada audiensnya. Konsep ini juga menjadi dasar dan panduan dalam merancang serta mengambil foto, sehingga dapat memberikan kesan emosional kepada audiens, juga meningkatkan keinginan perubahan.

Dalam memotret terdapat beberapa teknik yang biasa digunakan oleh seorang fotografer untuk menyampaikan pesan atau maksud foto kepada audiensnya (Yunianto, 2021), di antaranya sebagai berikut.

A. Menetapkan Fokus

Fotografer dapat menyampaikan maksud fotonya kepada audiens dengan cara menetapkan fokus, dalam fotografi terdapat dua cara untuk menetapkan fokus, yaitu,

1. *auto focus* (AF): Kamera secara otomatis dalam menetapkan fokus terbaik ketika ingin memotret.
2. *manual focus* (MF): Fotografer perlu menentukan dan menyesuaikan fokus secara manual untuk menetapkan fokus ketika ingin memotret.

B. *Picture Style*

Picture Style merupakan fungsi penyesuaian nada warna dan kontras sesuai dengan preferensi fotografer sehingga dapat menambah pesona dan daya tarik subjek. Terdapat beberapa preset atau mode *picture style*, yaitu,

1. *Auto*: Preset atau mode ini memungkinkan penyesuaian warna dan kontras secara otomatis sesuai dengan kondisi objek, biasanya digunakan dalam memotret di luar ruangan atau lanskap sehingga dapat menghasilkan warna hijau, merah, dan biru secara jelas.
2. *Standard*: Preset atau mode yang menjadi pengaturan nada warna atau kontras paling dasar dari EOS digital, sering digunakan dalam memotret berbagai objek dengan memberikan hasil yang cukup baik.
3. *Landscape*: Preset atau mode ini didesain untuk meningkatkan ketajaman dan juga nada warna pada foto.
4. *Portrait*: Preset atau mode ini memungkinkan untuk memberikan nada warna yang lebih halus dan idealnya digunakan dalam memotret subjek wanita dan anak-anak, karena membuat kulit terlihat lebih berseri.
5. *Fine Detail*: Preset atau mode ini memungkinkan untuk dapat menangkap garis detail dan tekstur subjek yang lebih halus dengan hasil yang lebih baik.

C. Teknik dalam Memotret

Terdapat beberapa teknik yang biasa dilakukan dalam memotret, di antaranya,

1. Teknik *zooming*: Teknik ini dapat membuat objek utama terlihat lebih jelas, namun latar belakang akan menjadi kabur, teknik ini memiliki fungsi untuk mempertegas objek dan terlihat lebih mencolok.
2. Teknik *panning*: Teknik ini dapat mempertajam objek yang bergerak dan membuat latar belakang yang diam menjadi kabur,

dalam teknik ini pengambilan foto harus mengikuti objek dan menggunakan *speed* rendah.

3. Teknik *freezing*: Teknik ini memotret benda bergerak dengan kecepatan tinggi, hasil dari teknik ini membuat gerakan sebuah benda terlihat seolah membeku dan objek akan terlihat tajam meskipun sedang bergerak.
4. Teknik *macro*: Teknik ini merupakan teknik memotret dengan jarak yang sangat dekat dengan objek sehingga objek akan terlihat sangat besar.
5. Teknik *siluet*: Teknik ini membutuhkan objek yang menutupi cahaya sehingga objek diterangi dari belakang secara total, aturan dasar dari teknik ini adalah objek harus terlihat hitam yang mengartikan tidak ada sedikit pun cahaya yang masuk ke dalam objek.

2.2.4 Photobook

Photobook merupakan buku dengan atau tanpa teks yang mana pesan utama karyanya disampaikan melalui sebuah foto (Parr & Badger, 2014). Dalam hal ini, tentunya diperlukan pesan atau tujuan utama, target audiens, dan bagaimana konten yang ingin ditunjukkan dalam *photobook* sehingga pesan atau tujuannya dapat dipahami oleh pembaca. Terdapat tahap-tahap dalam proses pembuatan *photobook*, seperti pra-produksi, produksi, dan pasca produksi (Colberg, 2017). Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut.

1. Pra-Produksi

Dalam tahapan ini dibutuhkan penentuan konsep, pesan, atau tujuan yang ingin disampaikan ke dalam buku, penentuan target audiens, dan bagaimana konten yang ada pada isi *photobook* sehingga pesan atau tujuan dari *photobook* yang dibuat dapat dipahami dengan baik bagi para audiens. Diperlukan juga riset dalam penentuan tema yang ingin dibahas dalam pembuatan *photobook*.

2. Produksi

Dalam tahapan ini terdapat tiga tahapan lainnya yang perlu dilakukan.

A. *Editing the source photographs*

Tahapan ini merupakan proses pengeditan foto-foto yang diambil dan akan digunakan ke dalam *photobook*. Dalam tahap ini juga terdapat proses pemilihan foto yang sesuai dengan tema buku, pengeditan teknis foto, pencahayaan, serta komposisi foto. Hal tersebut bertujuan untuk memastikan foto-foto yang telah diambil memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan tema buku sehingga dapat mendukung narasi teks yang akan disampaikan.

B. *Sequencing and design of the book*

Tahapan ini berisikan penyusunan urutan foto yang telah dipilih dan disunting dengan baik dan sesuai dengan tema dengan mempertimbangkan alur cerita, transisi, dan narasi visual sehingga menjadi satu kesatuan yang mudah dipahami oleh audiens.

C. *Producing of the text components*

Tahapan ini merupakan tahap produksi komponen teks *photobook* yang meliputi perancangan, pengeditan, pemilihan *font style*, ukuran, dan penyusunan teks dengan gambar. Dalam tahapan ini, teks yang digunakan harus relevan dengan gambar, sehingga menunjukkan sebuah konteks atau informasi atas gambar yang ada.

3. Pasca Produksi

Dalam tahapan pasca produksi juga terdapat tahapan lainnya yang perlu dilakukan.

A. *Decision making: Materials, printing, and binding*

Tahapan ini merupakan tahapan pemilihan mengenai bahan-bahan yang akan digunakan pada *photobook*, seperti jenis kertas, tinta, dan sampul. Penggunaan bahan-bahan tersebut menjadi penting karena memengaruhi kualitas *photobook*.

B. *Pre-printing file preparation*

Tahapan ini adalah tahapan untuk mempersiapkan berkas-berkas pra-pencetakan, dari konversi *file* ke *format* yang sesuai, memastikan resolusi dan kualitas gambar, dan memastikan *layout photobook*. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memastikan hasil cetakan tetap sesuai dengan apa yang telah direncanakan.

C. *Printing and binding*

Tahapan ini merupakan tahap pencetakan *photobook* dengan desain yang sudah ditentukan, juga memastikan warna dan kualitas cetakan sesuai dengan standar yang diinginkan. Setelah itu, dilakukan penjilidan dan akhirnya *photobook* dapat dilihat dan dibaca.

2.2.5 *Layout*

Layout merupakan tata letak dari elemen-elemennya berdasarkan prinsip desain yang bertujuan untuk mempresentasikan elemen teks dan elemen visual yang ingin dikomunikasikan dengan cara tertentu agar pembaca dapat menerima pesan tersebut dengan mudah (Anggraini, 2021). Dalam penyusunan *layout* terdapat empat prinsip yang harus diterapkan, yaitu sebagai berikut.

A. *Sequence*

Prinsip ini merupakan urutan perhatian atau alur elemen-elemen yang ada pada *layout* agar tetap sesuai dengan skala prioritasnya sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik.

B. *Emphasis*

Prinsip ini merupakan pemberian penekanan pada bagian tertentu yang memberikan fokus pada pembaca seperti memberikan ukuran huruf yang lebih besar, menggunakan warna kontras, meletakkan hal penting pada posisi yang menarik perhatian, dan menggunakan bentuk yang berbeda dengan sekitarnya.

C. *Balance*

Prinsip ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu simetris dan asimetris. Simetris, kedua sisi yang berlawanan diletakkan pada ukuran yang

sama sehingga menciptakan keseimbangan. Sedangkan, asimetri sisi yang berlawanan tidak harus diletakkan pada ukuran yang sama dalam penataan *layout*.

D. *Unity*

Prinsip ini merupakan penciptaan kesatuan keseluruhan elemen dengan memperhatikan harmonisasi warna dan gaya

2.2.6 Tipografi

Tipografi adalah seni menyusun huruf dan teks sebagai elemen visual dengan mempertimbangkan keterbacaan yang menjadi pokok visual dari bentuk komunikasi verbal dalam suatu rancangan desain dan efektif (Harsari, et al., 2024)

Untuk dapat menerapkan tipografi ke dalam sebuah perancangan, dibutuhkan penyesuaian dan penggunaan *typeface* dan gaya *font* yang berbeda seperti menyesuaikan ukuran, jarak antar huruf dan kata, dan lainnya. Tipografi memiliki empat fungsi dalam perancangan desain, yaitu efektivitas pesan, daya tarik, memperkuat tema dan konsep visual, dan menciptakan karakter (Harsari, et al., 2024).

Dalam prinsipnya tipografi memiliki tiga prinsip. Pertama, *readability* atau kemudahan dan keterbacaan yang baik dari teks yang dipengaruhi oleh jenis *font*, ukuran, kombinasi, dan jarak setiap huruf. Kedua, *legibility* atau kemudahan dalam membedakan tiap huruf atau karakternya yang bertujuan menghindari kesalahan dalam mengenali huruf, prinsip ini dipengaruhi oleh jenis dan ukuran *font*. Ketiga, *visibility* atau kemampuan untuk menarik perhatian pembaca, hal ini dipengaruhi oleh pemilihan jenis, ukuran, dan pengaturan tataletak huruf. Ada pula delapan prinsip tipografi dalam desain, yaitu *inform*, *advocate*, *play*, *caution*, *entertain*, *express*, *educate*, dan *transform* (Harsari, et al., 2024)

Menurut Harsari (2024) tipografi dibagi menjadi beberapa klasifikasi berdasarkan sejarah dan fungsinya. Berikut adalah pembagian jenis klasifikasinya.

1. **Serif**: Merupakan huruf dengan tambahan garis kecil atau sedikit dekorasi di ujung *stroke* utama.
2. **Sans-serif**: Merupakan huruf tanpa tambahan garis kecil pada ujung *stroke*

3. Script: Merupakan huruf yang meniru tulisan kaligrafi.
4. Display: Merupakan huruf dekoratif yang biasa digunakan pada judul atau elemen desain yang menonjol.
5. Monospace: Merupakan huruf yang tiap karakternya memiliki lebar yang sama.

2.2.7 Warna

Warna merupakan cahaya yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya (Kahfi, 2021). Setiap warna memiliki tiga sifat dimensi dan ruang seperti *hue*, *value*, dan *intensity*. *Hue* merupakan istilah yang menunjukkan keluarga atau nama warna. *Value* merupakan dimensi kedua suatu warna yang diukur dari derajat gelap atau terangnya warna. Sedangkan *intensity* adalah kuat atau lemahnya suatu warna dari segi kecerahan dan kekusamannya.

Warna merupakan persepsi visual yang dihasilkan oleh adanya interaksi cahaya dengan mata manusia yang dipengaruhi oleh panjang gelombang cahaya (Nugroho, 2015). Terdapat tiga dimensi utama warna dalam desain, yaitu *hue*, *value*, dan *chroma*. *Hue* merupakan jenis warna seperti merah, biru, atau hijau, yang ditentukan oleh posisinya di lingkaran warna. *Value* merupakan Tingkat terang atau gelapnya warna, dari putih (terang) hingga hitam (gelap). Sedangkan, *chroma* merupakan kemurnian atau kejenuhan warna, dari warna cerah hingga kusam.

Warna memiliki makna budaya dan psikologis yang dapat memengaruhi emosi dan persepsi audiens (Nugroho, 2015). Berikut adalah contohnya.

- Merah: energi, gairah, peringatan, tetapi juga dapat menimbulkan ketegangan.
- Biru: ketenangan, kepercayaan, profesionalisme, stabilitas, sering digunakan untuk menciptakan rasa aman.
- Hijau: kesegaran, pertumbuhan, keberlanjutan, terkait dengan alam dan keseimbangan.
- Putih: kemurnian, kebersihan, kesederhanaan.
- Hitam: kekuatan, misteri, elegan, tetapi bisa menimbulkan kesan suram.

2.2.8 Content Writing

Content writing merupakan sebuah proses menciptakan konten tertulis yang menarik, relevan, dan bernilai bagi audiens untuk membangun hubungan, menyampaikan pesan, dan mencapai tujuan bisnis (Handey, 2022). Menurut Joe Pulizzi dalam bukunya '*Content Inc.: How Entrepreneurs Use Content to Build Massive Audiences and Create Radically Successful Businesses*' *content writing* adalah seni dalam menciptakan konten yang berharga dan konsisten untuk menarik dan mempertahankan audiens tertentu dengan tujuan untuk mendorong tindakan yang menguntungkan seperti pembelian atau keterlibatan. Keduanya selaras dengan apa yang dikatakan oleh Robert W. Bly, menurutnya *content writing* merupakan proses menulis materi pemasaran yang *informatif* dan *persuasive* untuk media digital atau cetak, yang bertujuan untuk membangun kesadaran merek dan mendidik audiens. Dalam hal ini, berdasarkan definisi yang ada, *content writing* dilakukan dengan memfokuskan tujuan pada manfaat bagi audiens atau pembaca, sehingga tercipta relevansi yang nyata dari *content* yang dibuat dengan target audiensnya.

Menurut (Handey, 2022) terdapat beberapa langkah untuk dapat menciptakan konten yang sangat bagus. Berikut adalah langkahnya.

1. Menetapkan tujuan yang jelas: menentukan tujuan dari konten yang dibuat.
2. *So-what method*: pastikan konten yang dibuat relevan dengan pembaca
3. *Seek out the data and examples*: gunakan data yang ada, bahkan pengalaman pribadi sekalipun.
4. *Write The Ugly First Draft*: membuat draft terlebih dahulu, lalu perbaiki dengan menambahkan elemen-elemen humor, menyenangkan, atau apapun itu.
5. *Give it a great headline or title*: membuat judul yang menarik seperti judul yang membangkitkan rasa ingin tahu serta relevan.
6. *Eyeball for scanning/scrolling*: gunakan kalimat yang tidak terlalu panjang serta berikan elemen visual seperti poin-poin untuk memudahkan pembacaan.

2.2.9 Storytelling

Dalam prosesnya, penyampaian cerita tidak hanya sekedar bercerita, tetapi bagaimana penyampaian pesan dapat dilakukan secara konsisten, relevan dan bernilai kepada audiens agar cerita tersebut mampu menyentuh sisi emosional audiens sehingga lebih mudah diingat dan diterima (Pulizzi, 2023). Di sisi lain, proses penyampaian pesan melalui cerita juga diperlukan sebuah strategi komunikasi yang efektif sehingga dalam meninggalkan kesan yang mendalam (Holtzhausen, Fullerton, Lewis, & Shipka, 2021). Dalam *photobook*, *storytelling* dipakai sebagai penjelasan dalam mendukung gambar sehingga audiens dapat memahami pesan pada gambar. *Storytelling* dan visual memiliki keterkaitan sebagai salah satu cara dalam pemaknaan suatu hal (Göthlund & Eriksson, 2023).

2.2.10 Disaster and Risk Communication

Disaster atau bencana menurut *The United Nations Office for Disaster Risk Reduction* dalam buku '*Disaster education, communication and engagement*' (Dufty & Neil, 2020), *disaster* adalah gangguan serius terhadap kehidupan masyarakat akibat peristiwa berbahaya yang dipengaruhi oleh tingkat paparan, kerentanan, dan kapasitas, sehingga menimbulkan kerugian manusia, material, ekonomi, atau lingkungan. Sedangkan, *risk* atau risiko adalah potensi kerugian akibat dampak dari bahaya alam, teknologi, atau bahaya lainnya yang dimana sesuatu yang bernilai bagi manusia (atau manusianya sendiri) dipertaruhkan dan hasilnya tidak pasti.

Dalam buku '*The Social Roots of Risk Producing Disasters, Promoting Resilience*' (Tierney, 2014) dituliskan bahwa bencana bukan berasal dari alam atau teknologi, tapi dari cara kerja masyarakat dalam sehari-hari. Dala meminimalisir risiko bencana yang akan datang di kemudian hari, dibutuhkan sebuah cara berkomunikasi untuk dapat mendorong individu atau kelompok agar nantinya memiliki pemahaman akan potensi bencana serta mitigasi bencana, cara komunikasi ini disebut juga dengan *disaster risk communication*, yang mana masyarakat sering kali memandang risiko bahaya dalam sudut pandang yang berbeda, hal ini dipengaruhi dengan adanya heuristik atau aturan praktis atau

sebuah cara sederhana dalam otak untuk memahami situasi kompleks. Heuristik ini dapat menimbulkan sebuah kebiasaan, sehingga persepsi risiko masyarakat akan berbeda dengan penilaian yang dilakukan oleh lembaga atau pihak berwenang. Oleh karena itu menjadi penting bahwa dalam menjalankan *disaster risk communication* harus mengetahui latar belakang budaya masyarakatnya terlebih dahulu.

Terdapat 4 fase siklus manajemen bencana menurut (Dufty & Neil, 2020), yaitu *mitigation*, *preparedness*, *response*, dan *recovery*. *Mitigation* adalah langkah-langkah yang dapat menurunkan risiko sebelum terjadi bencana sehingga dapat meminimalisir dampak kerugian dengan proses yang mencakup berbagai aspek baik dari lingkungan hingga masyarakat. *Preparedness* adalah kesiapan individu atau kelompok saat terjadi kebencanaan, sehingga dibutuhkan strategi komunikasi yang baik dalam penyampaian informasi kepada masyarakat agar mereka paham akan langkah-langkah yang harus diambil ketika terjadi bencana. *Response* adalah langkah yang dilakukan sebagai reaksi adanya kejadian bencana yang reaksi tersebut meliputi evakuasi, penyelamatan, pertolongan dan peringatan. *Recovery* adalah proses adaptasi kembali setelah kejadian bencana yang mencakupi pemulihan fisik, ekonomi, mental, sosial, dan lingkungan.

Edukasi bencana memiliki empat bentuk pemodelan pendidikan yang dapat diterapkan dalam pendidikan atau edukasi bencana, yaitu *formal education*, *non-formal education*, *informal education*, dan *incidental or random education*. Dari empat pemodelan tersebut model *informal education* akan digunakan dalam pelaksanaan pendidikan bencana menggunakan media *photobook* karena model tersebut mencakup aktivitas belajar melalui komunitas lokal (Dufty & Neil, 2020)