



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### TELAAH LITERATUR

#### 2.1. FOTOGRAFI

Istilah fotografi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*photos*” yang berarti cahaya dan “*grafo*” yang berarti menulis atau melukis. Sehingga dapat diartikan bahwa fotografi merupakan proses menggambarkan atau melukiskan sesuatu dengan bantuan cahaya. Maka dalam fotografi kehadiran cahaya adalah mutlak. Kita baru dapat membuat foto bila terdapat cahaya di lingkungan kita saat membuat foto (Leonardi, 1989 : 8).

Alma Davenport (The History of Photography, 1991) menjelaskan bahwa ada pria bernama Mo Ti sudah mengalami sebuah fenomena ketika terdapat lubang pada dinding ruangan yang gelap, maka di bagian dalam ruang itu akan terefleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik melalui lubang yang sama. Kemudian pada abad ke-10 masehi, Ibnu Al-Haitham mengalami fenomena yang serupa pada tenda miliknya yang bolong/lubang. Fenomena ini dikenal dengan fenomena *camera obscura* (*camera*: kamar, *obscura*: gelap). Dari sinilah lahir istilah *Camera*.

Fotografi secara resmi tercatat dalam sejarah pada abad ke-19 dan kemudian berpacu bersama kemajuan-kemajuan lain yang dilakukan manusia sejalan dengan kemajuan teknologi yang sedang gencar-gencarnya. Pada tahun 1839 yang dicanangkan sebagai tahun awal fotografi. Pada tahun itu, di Perancis dinyatakan secara resmi bahwa fotografi adalah sebuah terobosan teknologi. Saat itu,

rekaman dua dimensi seperti yang dilihat mata sudah bisa disebut permanen. Penemu fotografi dengan pelat logam, Louis Jacques Mande Daguerre, sesungguhnya ingin mematenkan temuannya itu. Tapi, pemerintah Perancis, dengan dilandasi berbagai pemikiran politik, berpikir bahwa temuan itu sebaiknya dibagikan ke seluruh dunia secara cuma-cuma. Meskipun tahun 1839 secara resmi dicanangkan sebagai tahun awal fotografi, yaitu fotografi resmi diakui sebagai sebuah teknologi temuan baru, sebenarnya foto-foto telah tercipta beberapa tahun sebelumnya. Sebenarnya, temuan Danguerre bukanlah murni temuannya.

Tahun 1880 ditemukan proses cetak halfone. Proses ini memungkinkan foto dapat dicetak pada surat kabar. Foto pertama yang ada di surat kabar adalah foto tambang pengeboran minyak Shantytown karya Hendry J. Newton yang muncul di surat kabar New York Daily Graphic di Amerika Serikat pada tanggal 4 Maret 1889 (Rambey 24).



NEW YORK DAILY GRAPHIC/HENRY J. NEWTON

Gambar 2.1 Pengeboran Minyak di Shantytown  
(Sumber : [http://a7.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash4/216820\\_100257276727721\\_100002303460159\\_638\\_5385568\\_n.jpg](http://a7.sphotos.ak.fbcdn.net/hphotos-ak-ash4/216820_100257276727721_100002303460159_638_5385568_n.jpg))

Dihadapkan pada masalah rumit dan kompleksnya proses fotografi, seorang George Eastman (1890) terobsesi untuk membuat sistem yang sesederhana mungkin agar bisa dilakukan oleh semua orang bahkan seorang ibu rumah tangga sekalipun. Akhirnya ia menciptakan suatu media film negatif yang diberi nama KODAK (Triadi 2).

Fotografi mulai masuk ke Indonesia sejak ± 150 tahun yang lalu dan mulai berkembang sejak tahun 1930. Pada masa Perang Dunia II, fotografi di Indonesia berhenti berkembang, namun pada tahun 1960 fotografi mulai berkembang lagi, terutama pada akhir dasawarsa ini dimana peralatan fotografi yang ada dan dijual di pasaran sudah semakin canggih.

Penggunaan fotografi di Indonesia tidak hanya sebatas dokumentasi saja, tetapi sudah meningkat ke media komunikasi, jurnalistik, bahkan ke dalam bidang seni foto sudah ada perkembangannya sebagai berikut (Sotarno 11):

- a. 1924 : Beberapa penggemar fotografi di Bandung bergabung dan mendirikan “*preanger Amateur Foto Vereniging*”, sekarang berubah nama menjadi Perhimpunan Amatir Foto (P.A.F). Perhimpunan ini menjadi perkumpulan foto amatir pertama di Indonesia.
- b. 1948 : Lembaga Fotografi Candra Naya (L.P.C.N) didirikan di Jakarta.
- c. 1952 : Semarang Foto Club (S.F.C) didirikan di Semarang.
- d. 1953 : Didirikan FAJAR (*Foto Association of Jakarta Raya*) di Jakarta, yang merupakan peleburan dari BAVEC (*Batavia Amateur Fotografer Club*), kemudian berubah menjadi BIFAC (*Batavia Fotografi Amatir Club*).
- e. 1954 : Berdirinya GAPERFI (Gabungan Perhimpunan Foto Indonesia)

- f. 1955 : Berdirinya “*Art and Camera Club*” di Malang.
- g. 1967 : Berdirinya Perkumpulan Senifoto Surabaya (P.S.S.)
- h. 1970 – 1972 : Di Jakarta telah dipersiapkan dan didirikan F.P.S.I (Federasi Perkumpulan Senifoto Indonesia), dimana pada tahun 1973 menjadi anggota dari F.I.A.P (*Federation Internationale d’Art Photographique*).
- i. 1973 : LFCN, PAF, dan PSF menyelenggarakan Salon Foto Indonesia yang pertama.
- j. 1977 : Berdiri A.P.P.I (*Associations Professional Photographer of Indonesia*) di Jakarta.

Sesuai dengan pepatah yang mengatakan “*a picture is worth thousand words*”, foto dipilih sebagai media untuk menggambarkan suatu objek dengan berbagai alasan, yaitu:

- a. Foto dapat merekam suatu kejadian yang sifatnya *up to date*, sesuatu yang merupakan gambaran yang sebenarnya. Edward Abbey, seorang penulis dan novelist asal Amerika menegaskan hal tersebut melalui pernyataannya. Beliau mengatakan bahwa “*Our job is to record, each in his own way, this world of flight and shadow and time that will never come again exactly as it is today,*” (Tugas seorang fotografer adalah merekam, sebuah waktu yang tidak akan pernah kembali lagi sama seperti hari ini).
- b. Foto dapat menjembatani jarak dan waktu. Dengan melihat suatu foto seseorang dapat melihat objek pada saat pengambilan gambar dilakukan, kapan saja dan dimana saja ia berada.

- c. Foto dapat menampilkan objek secara realis. Presisi dan ketepatannya dapat dipertanggungjawabkan. Foto juga merekam keadaan sebenarnya sebagai informasi sehingga orang yang tidak datang langsung ke lokasi dapat melihat objek yang digambarkan.
- d. Foto dapat menampilkan efek-efek dramatis. Dengan efek-efek tersebut, suatu objek dapat didramatisir sehingga kesan yang diinginkan bisa dicapai. Contoh: heroik, suram, kokoh, dan lain sebagainya.
- e. Foto dapat menjadi alat bagi desainer, khususnya yang berkecimpung di bidang komunikasi visual, karena dengan media foto, seorang desainer dapat memvisualisasikan gagasan-gagasannya. Pada buku *The Print* (8), dikatakan bahawa “*Good photographs are seen in the mind’s eye before the shutter is tripped [...].* Dalam hal ini foto menjadi alat komunikasi efektif sebagai sarana visualisasi ide-ide tersebut.
- f. Foto menjadi salah satu dari pendekatan perancangan untuk menarik perhatian *audience*.
- g. Foto dapat menjadi bukti kehebatan konseptor ide di balik setiap objek yang terekam. “[...] *the photographer himself-not his equipment- is the most important element in the art of photography.*”

Hingga saat ini fotografi merupakan penemuan yang sangat dinikmati dan bermanfaat bagi manusia. Karena pada dasarnya manusia adalah ‘*animal symbolicum*’ yakni manusia atau hewan bersimbol (Ernst Cassire dalam buku *An Essay on Man*) baik melalui bunyi (lisan), huruf (tulisan), gambar (grafis), angka,

dll. Sehingga terciptanya suatu kebutuhan untuk saling berkomunikasi dan berbagi. Disinilah peran fotografi sangat diperlukan, karena fotografi merupakan sebuah media komunikasi secara visual.

Karya foto merupakan suatu dokumentasi yang dapat disimpan dalam jangka waktu panjang. Hampir setiap momen atau kegiatan manusia bisa diabadikan kedalam sebuah dokumentasi berbentuk foto. Tanpa kita sadari fotografi sudah menjadi bagian dalam kehidupan kita. Kita mungkin tidak dapat melihat kembali peristiwa pernikahan yang telah terjadi, melihat proses pertumbuhan anak dan sekedar mengingat tempat-tempat yang pernah di kunjungi tanpa adanya kamera.

Semakin banyak orang yang tertarik dengan dunia fotografi karena fotografi mempunyai cara yang cepat dan jujur dalam merekam suatu peristiwa. Hal penting dalam fotografi yaitu terletak pada subjek itu sendiri dan apa yang ingin di tunjukkan atau apa yang sedang terjadi saat itu. Dalam hal ini fotografi berfungsi sebagai identifikasi, bukti atau urutan peristiwa.

Penggunaan media foto untuk mengkomunikasikan atau mengabadikan suatu peristiwa tergantung representasi *genre* foto. Pembagian fotografi dalam beberapa *genre* bertujuan memberikan identitas yang berbeda, memberikan perbedaaan pemahaman pada ruang lingkup serta konteks fungsional. Tergantung pada penggunaan fotografi.

Salah satu jenis fotografi yang menceritakan tentang kejadian atau suatu peristiwa yang sedang terjadi yaitu foto jurnalistik. Foto jurnalistik merupakan rekaman akan sebuah peristiwa yang terjadi dalam bentuk foto, peristiwa-

peristiwa yang terjadi biasanya berkaitan dengan aspek kehidupan manusia dan disampaikan demi kepentingan manusia itu sendiri. Kepentingan yang dimaksudkan dalam hal ini berupa kebutuhan akan informasi atau berita yang terjadi di sekitar atau belahan dunia lain.

Ada beberapa jenis foto jurnalistik yang dibuat Badan Foto Jurnalistik Dunia (*World Press Photo Foundation*) pada lomba foto tahunan yang diselenggarakan bagi wartawan seluruh dunia (Ibid : 35).

1. *Spot Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa yang tidak terjadwal atau tidak terduga yang diambil oleh fotografer langsung di lokasi kejadian. Misalnya foto peristiwa yang jarang terjadi dan menampilkan konflik serta ketegangan. Foto *spot* ini juga harus mampu memperlihatkan emosi subyek yang difotonya sehingga memancing emosi pembaca.



Gambar 2.2 Spot Photo  
(Sumber : <http://image.toutlecine.com/photos/w/a/r/war-photographer-2001-03-g.jpg>)



## 2. *General News Photo*

Merupakan foto-foto yang diabadikan dari peristiwa yang terjadwal, rutin dan jasa. Tema yang diambil bermacam-macam, antara lain politik, ekonomi dan rumor.



Gambar 2.3 General News Photo  
(Sumber: <http://digitaljournalist.org/issue0902/images/inauguration/001.jpg>)

## 3. *People in the News Photo*

Foto tentang orang atau masyarakat dalam suatu berita. Yang ditampilkan adalah pribadi atau sosok orang yang menjadi berita. Tokoh-tokoh pada foto jenis ini bisa tokoh populer maupun tidak populer.

## 4. *Daily Life Photo*

Foto tentang kehidupan sehari-hari manusia dipandang dari segi kemanusiaan. Misalnya foto tentang pedagang asongan.



Gambar 2.4 Daily Life Photo

(Sumber : <http://media.nowpublic.net/images//10/8/108b06be257091f379e81f6543a3018a.jpg>)

## 5. *Portrait*

Foto yang menampilkan wajah seseorang secara *close up*. Wajah yang ditampilkan karena adanya kekhasan pada wajah yang dimiliki atau kekhasan lainnya.



Gambar 2.5 Portrait

(Sumber: [http://1.bp.blogspot.com/-PzkprMGwPIg/TxMUokIR0RI/AAAAAAAAAE1Y/97UMsQ2ee44/s400/IMG\\_0520.jpg](http://1.bp.blogspot.com/-PzkprMGwPIg/TxMUokIR0RI/AAAAAAAAAE1Y/97UMsQ2ee44/s400/IMG_0520.jpg))

## 6. *Sport Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa olahraga. Menampilkan gerakan dan ekspresi atlet dan hal lain yang meyangkut olahraga.



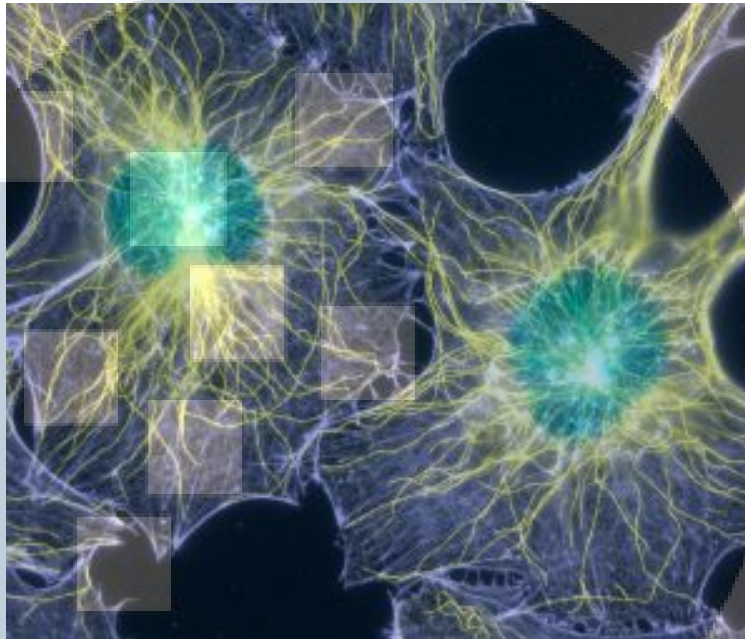
Gambar 2.6 Sport Photo

(Sumber: <http://www.picturecorrect.com/wp-content/uploads/2009/11/sports-photography.jpg>)

## 7. *Science and Technology Photo*

Foto yang diambil dari peristiwa-peristiwa yang ada kaitannya dengan ilmu pengetahuan dan teknologi. Misalnya foto penemuan mikro chip komputer baru, proses pengkloningan domba. Pada pemotretan tertentu membutuhkan perlengkapan khusus, antara lain lensa mikro atau X-ray.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.7 Science and Technology Photo  
(Sumber: [http://www.wired.com/images\\_blogs/wiredscience/2009/10/nikon2003\\_1st\\_wittmann.jpg](http://www.wired.com/images_blogs/wiredscience/2009/10/nikon2003_1st_wittmann.jpg))

#### 8. *Art and Culture Photo*

Foto yang dibuat dari peristiwa seni dan budaya.



Gambar 2.8 Art and Culture Photo  
(Sumber: <http://www.flickr.com/photos/rinafebrianti/5459106050/sizes/z/in/photostream/>)

## 9. *Social and Enviroment*

Foto tentang kehidupan masyarakat serta lingkungan hidupnya.



Gambar 2.9 Social and Enviroment  
(Sumber: [http://fc00.deviantart.net/fs45/f/2009/063/8/2/Harapan\\_di\\_pematang\\_sawah\\_by\\_devilintrouble.jpg](http://fc00.deviantart.net/fs45/f/2009/063/8/2/Harapan_di_pematang_sawah_by_devilintrouble.jpg))

Ada beragam definisi tentang foto jurnalistik yang kemudian dikemukakan oleh para pakar komunikasi dan praktisi jurnalistik. Namun secara garis besar, menurut Norman foto jurnalistik adalah perpaduan antara gambar (ilustrasi) dan cerita (*story*). Jadi tidak hanya foto, namun foto jurnalistik juga harus didukung dengan kata-kata yang terangkum dalam kalimat yang disebut dengan teks foto / *caption photo*, dengan tujuan untuk menjelaskan gambar dan mengungkapkan pesan atau berita yang akan disampaikan ke publik. Jika tidak ada teks penunjang maka sebuah foto hanyalah gambar yang bisa dilihat tanpa bisa diketahui apa informasi yang terdapat dibalik sebuah foto tersebut.

Pada akhirnya foto jurnalistik menjadi sebuah pertanggungjawaban atas foto yang telah di terekam oleh kamera dan dipublikasikan.

Dalam buku “*Photojournalism, The Visual Approach*” karya Frank P Hoy menyebutkan ada tiga tahapan sebagai seorang yang ingin berkecimpung di bidang foto jurnalistik, yaitu:

a. *Snapshot*

*Snapshot* atau pemotretan sekejap adalah pemotretan yang dilakukan dengan cepat karena melihat suatu momen atau aspek menarik. Pemotretan ini dilakukan dengan spontan dan reflek yang kuat.

b. *Hobby*

Dalam tahapan ini fotografer mulai menekankan faktor eksperimen dalam pemotretannya. Tidak hanya sekadar melakukan *snapsot*.

c. *Art Photography*

*Art photography* atau fotografi seni berarti kita semua ikut berpartisipasi dalam jenjang yang lebih serius lagi. Berbagai subyek pemotretan dilihat dengan interpretasi yang luas.

Untuk menghasilkan karya fotografi yang baik sangat diperlukan pengalaman dan keahlian di bidang fotografi. Beberapa teknik yang diperlukan yang diperlukan adalah dengan menguasai hal-hal sebagai berikut :

a. Komposisi

Komposisi adalah susunan dalam foto. Komposisi dilakukan dengan memperhatikan:

1. *Point of Interest*, dengan kata lain pusat perhatian, hal atau sesuatu yang paling menonjol pada foto, sehingga mampu membuat orang langsung melihat pada objek tertentu.
2. *Framing*, kegiatan membingkai suatu objek tertentu kedalam *viewfinder*.
3. *Balance*, berkaitan dengan keseimbangan objek foto yang akan dibidik.

Komposisi juga disusun berdasarkan jarak pemotretan yang dilakukan dengan variasi pengambilan gambar, antara lain :

1. *Long Shot (LS)*

Komposisi yang dihasilkan oleh objek kecil, digunakan saat menggambarkan seluruh area dari sebuah aksi.



Gambar 2.10 Long Shot  
(Sumber: <http://www.m48v.com/blog/wp-content/uploads/2010/02/green-scenery-long-shot-photography.jpg>)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2. *Medium Shot (MS)*

Komposisi yang dihasilkan adalah obyek yang difoto sudah terlihat lebih besar dibandingkan pada long shot, digunakan untuk menggambarkan seluruh figur maupun sosok seseorang dari bawah lutut sampai kepala, namun tidak keseluruhan setting.



Gambar 2.11 Medium Shot  
(Sumber: <http://www.photopoly.net/wp-content/uploads/25092010/7.jpg>)

## 3. *Close Up (CU)*

Komposisi yang terlihat hanya obyek yang dijadikan *point of interest*, digunakan untuk menggambarkan sebagian figur, elemen subyek ditampakan dari bahu sampai kepala.

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 2.12 Close Up

(Sumber: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles2/94847/projects/401905/948471264418411.jpg>)

#### 4. *Extreme Close Up (ECU)*

Digunakan untuk menggambarkan detail sebuah subyek yang hanya ditonjolkan elemen tubuhnya, misal mata saja, hidung, mulut, dan lain-lain.



Gambar 2.13 Extreme Close Up

(Sumber: <http://www.ashleehamon.com/wp-content/uploads/2011/03/Close-up-on-eyes.jpg>)

### 5. *High Angle*

Pemotretan dengan menempatkan obyek foto lebih rendah daripada kamera, sehingga yang terlihat pada kaca pembidik obyek foto terkesan mengecil. Dikenal juga dengan sebutan “sudut pandang mata burung”.



Gambar 2.14 High Angle

(Sumber: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles10/378307/projects/1162859/4d57c2c9a8198b571434e0ea82b2cc79.jpg>)

### 6. *Low Angle*

Pemotretan dengan kamera yang ditempatkan lebih rendah daripada obyek foto, sehingga obyek foto terkesan membesar. Disebut juga dengan “sudut pandang mata kodok”.

U M M N  
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

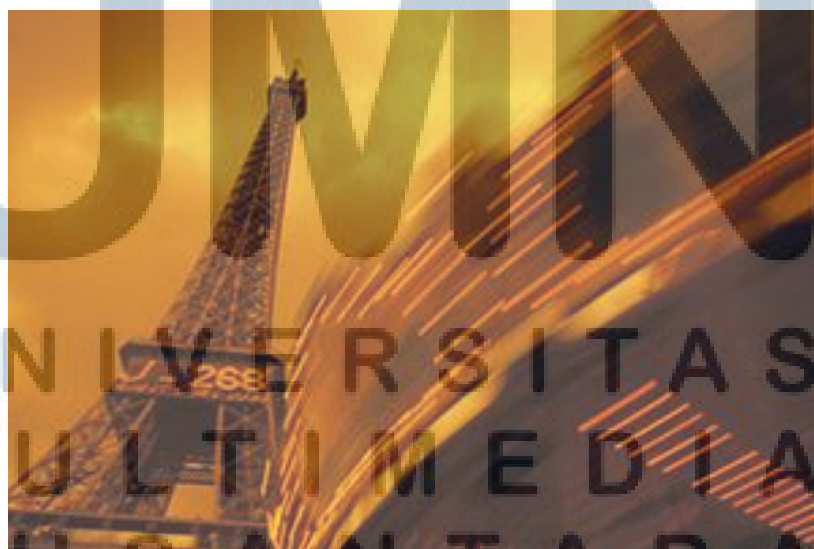


Gambar 2.15 Low Angle

(Sumber: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles4/168807/projects/508158/1688071273534362.jpg>)

### 7. *Foreground*

Pemotretan dengan menempatkan obyek lain didepan obyek utama dengan tujuan sebagai pembanding dan memperindah obyek utama. Obyek yang berada di depan obyek utama ini dapat dibuat tajam (fokus) maupun tidak tajam (*blurring*).



Gambar 2.16 Foreground

(Sumber: <http://www.microstockdiaries.com/images/stockphotos/foreground-elements-photo.jpg>)

## 8. *Background*

Kebalikan dari foreground, dengan tujuan yang sama dan dapat pula dibuat tajam atau tidak.

## 9. Horisontal dan Vertikal

Pemotretan dengan posisi kamera mendatar (horisontal) maupun vertikal, sehingga didapat hasil pemotretan yang berbeda.

## b. Fokus

Kegiatan mengatur ketajaman obyek foto yang dijadikan *point of interest*, yang dilakukan dengan cara memutar ring fokus pada lensa. Kegiatan *focusing* ini dapat ditiadakan apabila kamera mempunyai kemampuan *auto-focus*, dimana kamera memfokuskan sendiri obyek yang dibidik.



Gambar 2.17 Fokus

(Sumber: <http://digital-photography-school.com/wp-content/uploads/2007/08/movement-1.jpg>)

### c. Penggunaan Filter Penunjang

Penggunaan filter sering dikatakan sebagai penyaring. Beberapa filter yang mampu mendukung proses pemotretan diantaranya :

1. Filter *Ultra Violet*, berfungsi menyaring sinar-sinar ultra violet yang banyak dijumpai di tempat terbuka seperti pantai, pegunungan.
2. Filter *skylight*, serupa dengan filter UV, hanya lebih disarankan pada penggunaan foto berwarna.
3. Filter polarisasi, fungsinya untuk menyaring sinar-sinar yang terpolarisir sehingga menjernihkan hasil foto, pada kondisi tertentu dapat membantu menambah kecemerlangan hasil gambar.
4. Filter *natural density*, digunakan untuk tujuan tertentu, seperti saat kita memakai bukaan diafragma besar atau kecepatan rana lambat.
5. Filter kreatif, mempunyai banyak variasi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan, antara lain filter gradual, *multi image*, *sunrise*, *sunset*, dan lain-lain.

### d. Penggunaan Lensa

Penggunaan lensa juga turut mempengaruhi hasil akhir foto yang didapat.

Beberapa lensa yang digunakan antara lain :

1. *Super multi coated lens*, berfungsi untuk membatasi refleksi-refleksi pada elemen lensa sehingga gambar yang dihasilkan lebih cemerlang dan lebih tajam menghadapi pemotretan dengan kondisi cahaya yang banyak.

2. Lensa tele, dikenal dengan nama lensa pelihat jauh, memberikan keleluasaan untuk melakukan pemotretan jarak jauh.
3. Lensa normal, memiliki sudut pandang sekitar 46 derajat, sehingga diperoleh objek seperti objek yang ditangkap mata normal.
4. Lensa *wide-angle*, cenderung menangkap bidang lebih luas, sehingga praktis digunakan untuk pemotretan di tempat sempit dan pemandangan alam.
5. Lensa-lensa khusus lainnya seperti *fisheye*, *macro*, dan lain-lain yang biasanya digunakan untuk pemotretan khusus.

## 2.2 LAYOUT

Dalam mendesain sebuah buku, dikenal istilah *layout*. *Layout* didefinisikan sebagai penyatuan elemen-elemen menjadi satu dalam suatu area untuk menciptakan interaksi satu sama lain sehingga mengkomunikasikan pesan dalam suatu konteks. Pesan tersebut dapat tersampaikan atau bahkan dimanipulasi melalui permainan elemen-elemen tersebut dengan pertimbangan matang. Elemen-elemen ini dapat berupa kata-kata, fotografi, ilustrasi, grafik, digabungkan dengan kombinasi kuat hitam, putih, warna (Swann 11).

Lembaran yang kosong tidak memiliki arti, namun sangat potensial bagi desainer untuk membuatnya berarti. Warna, bentukan, gambar, ruang, dan tipografi bergabung untuk menyampaikan suatu pesan. Dalam menata elemen-elemen visual, desainer melakukan sistem penyusunan yang membantu *audience* mempertimbangkan sebuah desain. Sistem penyusunan, menetapkan tingkat

aktivitas dan kepentingan setiap elemen dan menentukan susunannya dalam desain. Elemen yang dominan atau kurang dominan diatur untuk mencapai kejelasan pesan. Sebuah *hierarki* yang kuat dan sistematis menjadikan desain dapat diterima, berkesinambungan, terintegrasi, terarah, dan bervariasi (Cullen 73).

*Hierarki* dibentuk dengan cara menciptakan sebuah *vocal point* yang jelas. *Vocal point* adalah titik yang mampu menarik mata untuk memprakarsai interaksi antara *viewer* dengan desain. Ketika *focal point* dan elemen *subordinant* tergabung, mata akan memusatkan perhatiannya pada desain tersebut. Maka mata akan mulai merasakan sistem susunannya dan dituntun sesuai alur. Tanpa adanya visual hirarki, elemen-elemen desain menuntut perhatian yang sama. Mata akan kacau dan bergerak terus menerus ke seluruh permukaan tanpa arah yang jelas, sehingga tidak ada yang terkomunikasikan. Menunjukkan pesan melalui hirarki merupakan pendekatan yang efektif untuk menyusun isi dan menambah nilai suatu desain (Cullen 74).

Elemen-elemen desain yang berpengaruh besar pada keberhasilan penyusunan tata letak yaitu:

a. Garis (*Line*)

Menurut Dwi Krisrianto, garis adalah tanda yang menghubungkan satu titik dengan titik yang lain. Garis merupakan goresan, batas limit dari suatu benda, massa, ruang, warna, dan sebagainya. Dari pengertian diatas, garis dapat digolongkan menjadi dua macam yaitu:

1. Garis nyata : garis merupakan suatu goresan

2. Garis semu : garis merupakan batas limit dari suatu benda, massa, ruang, dll.

Dalam kehidupan sehari-hari, garis dapat dijumpai dimana-mana, ada yang lurus, melengkung, terputus-putus ataupun berupa untaian titik-titik. Ada garis yang tebal ada juga yang tipis. Berikut adalah beberapa hal yang dapat dilakukan dengan garis :

- Mengatur informasi (meletakkan garis vertikal antara kolom-kolom di laporan berbentuk tabulasi).
- Menekankan kata (meletakkan *headline* dengan garis pemisah).
- Menghubungkan titik-titik informasi (mengkaitkan sebuah gambar dengan keterangannya dengan garis).
- Membuat bentuk tertentu.
- Memberikan garis *outline* pada sebuah gambar untuk memisahkan dari *item layout* yang lain.
- Membuat sebuah gambar atau grafik (grafik keuntungan terhadap tahun buku).
- Membuat *pattern* dengan menggambar banyak garis.
- Mengarahkan pandangan pembaca atau membuat efek gerakan (garis diagonal lebih aktif daripada garis horizontal).
- Menampilkan emosi (“Selayang Desain” hal 7).





Gambar 2.18 Garis  
(Sumber: [http://www.takegreatpictures.com/app/webroot/content/2010\\_images/2007/07/31/lines\\_photography\\_1.jpg](http://www.takegreatpictures.com/app/webroot/content/2010_images/2007/07/31/lines_photography_1.jpg))



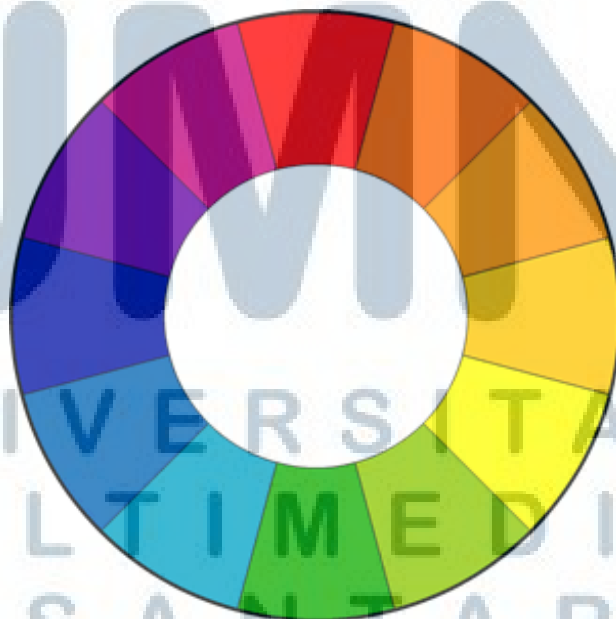
Gambar 2.19 Garis 2  
(Sumber: <http://mrsandovaldigitalart.files.wordpress.com/2011/11/vertical4.jpg>)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

b. Warna

Kemampuan warna menciptakan impresi, mampu menimbulkan efek-efek tertentu. Secara psikologis diuraikan oleh J. Linschoten dan Drs. Mansyur tentang warna yaitu bahwa warna itu bukanlah suatu gejala yang hanya dapat diamati saja, warna itu mempengaruhi kelakuan, memegang peranan penting dalam penilaian estetis dan turut menentukan suka tidaknya kita akan bermacam-macam benda. Dari pemahaman di atas dapat dijelaskan bahwa warna, selain hanya dapat dilihat dengan estetis dan turut menentukan suka tidaknya seseorang pada suatu benda.

Menurut Dameria (2007:8-22), warna adalah gelombang yang diterima oleh mata kita yang berasal dari cahaya yang dipantulkan kembali melalui benda-benda yang terkena cahaya tersebut. Warna dapat diartikan pula sebagai suatu fenomena yang terjadi karena adanya tiga unsur, yaitu cahaya, obyek, dan *observer* (dapat berupa mata ataupun alat ukur).



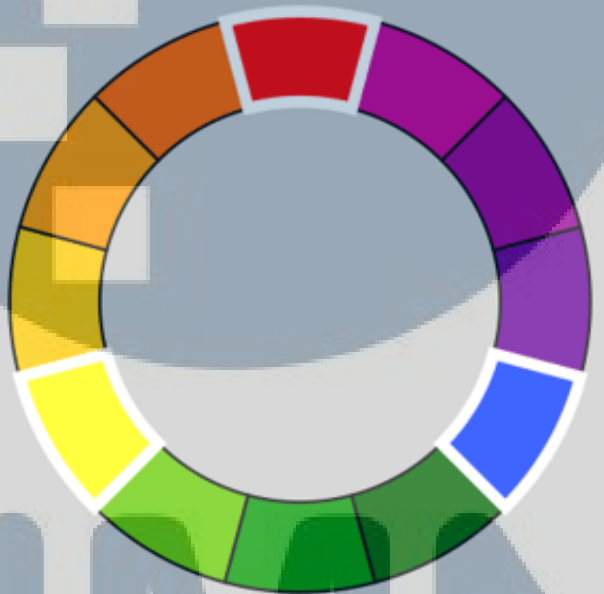
Gambar 2.20 Warna

(Sumber : <http://www.tigercolor.com/color-lab/color-theory/images/color-wheel-300.gif>)

Terdapat tiga klasifikasi berdasarkan Spektrum Warna pada lingkaran warna (*color wheel*):

### 1. Warna Primer

Warna primer atau warna pokok yang tidak dapat dibentuk dari warna lain dan digunakan sebagai pokok pencampuran atau memperoleh warna lain. Terdiri atas tiga warna yaitu Merah, Biru dan Kuning.



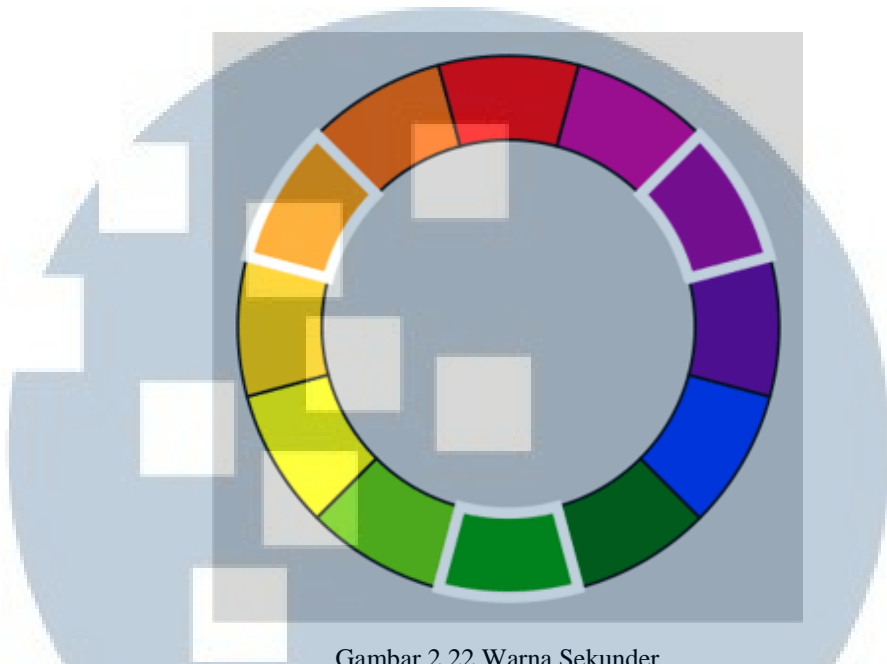
Gambar 2.21 Warna Primer

(Sumber : [http://www.artyfactory.com/color\\_theory/images/colours/primary\\_colors.gif](http://www.artyfactory.com/color_theory/images/colours/primary_colors.gif))

### 2. Warna Sekunder

Warna hasil dari pencampuran dua warna primer. Terdiri dari Oranye, Ungu, Hijau.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 2.22 Warna Sekunder

(Sumber : [http://www.artifactory.com/color\\_theory/images/colours/secondary\\_colors.gif](http://www.artifactory.com/color_theory/images/colours/secondary_colors.gif))

### 3. Warna Tersier

Warna percampuran antara warna primer dan sekunder. Terdiri dari coklat kuning, percampuran warna jingga dan hijau; coklat merah, percampuran warna jingga dan ungu; coklat biru, percampuran warna hijau dan ungu.



Gambar 2.23 Warna Tersier

(Sumber : [http://www.artifactory.com/color\\_theory/images/colours/tertiary\\_colors.gif](http://www.artifactory.com/color_theory/images/colours/tertiary_colors.gif))

Tujuan penggunaan warna:

1. Menarik perhatian (*attention*): warna secara alami memang bersifat menarik perhatian secara kuat terutama yang cerah-cerah seperti warna kuning karena kecerahannya, merah bersifat agresif dan berdaya tarik kuat.
2. Menekankan suatu elemen (*emphasize*): menggunakan warna-warna menarik adalah cara lain untuk memberikan penekanan pada elemen yang paling penting untuk dilihat. Penekanan terhadap elemen juga berarti kontras, dan untuk membuat sesuatu terlihat lebih menonjol maka elemen harus dibuat lebih kontras dari lainnya.
3. Pengkodean warna (*color coding*): warna adalah hal yang mudah diingat. Jika desainer dapat menciptakan suatu asosiasi hubungan mantap dan kuat antara satu produk dengan warna, maka desainer telah membantu untuk mengingat akan produk tersebut.
4. Definisi kedalaman (*depth definition*): warna digunakan untuk menciptakan keterkaitan antar elemen depan (*foreground*) dan belakang (*background*) dengan warna cerah dan kuat sebagai *foreground*.

Sanyoto (78) juga menyebutkan tentang pengklasifikasian warna berdasarkan maknanya :

1. Warna Merah, artinya : kemarahan, keberanian, ganas, perang, energik, agresif, sehat, bahaya, terlarang, kesalahan, darah, setan, nafsu, gairah.
2. Warna Hijau, artinya : setia, tenang, dingin, pasif, menjauhkan diri, kepercayaan, iman, kebenaran, hakekat, cerdas, keteduhan.

3. Warna Ungu, artinya : kebesaran, aristokrat, anugrah, mistis, intuisi, indra keenam.
4. Warna Kuning Tua, artinya : keramahan, takut, iri, cemburu, rasa sakit.
5. Warna Kuning Cerah, artinya : keramahan, supel, riang, kehidupan, kehangatan.
6. Warna Kuning Emas, artinya : *glorious, superpower*.
7. Warna Oranye (Jingga), artinya : bahaya, merdeka, berkah / anugrah, panas, gairah.
8. Warna Coklat, artinya : bijaksana, rendah hati, sopan, maskulin.
9. Warna hitam, artinya : kegelapan, kematian, sihir, keras hati, formal, canggih.
10. Warna Putih, artinya : bersih, suci, damai.



Gambar 2.24 Penggunaan Warna Dalam Layout Buku  
 (Sumber: <http://www.behance.net/gallery/Libro-I-Love-Vintage-Style/1145217>)

### c. Kualitas Gelap Terang (*Value*)

Unsur pada gambar memiliki kualitas gelap terang. Warna putih merupakan tekanan yang paling rendah dan hitam merupakan kualitas yang paling

gelap, diantara keduanya terdapat abu-abu. Benda tidak memiliki unsur warna putih dan hitam, namun memiliki tingkatan gelap terang yang dapat dianalisa dan dikategorikan sebagai *value*. Bila garis mendeskripsikan bentuk objek, maka *value* akan memperjelas dan memperkaya garis sehingga bentuk tiga dimensi menjadi lebih hidup, tempat dan hubungan antara bentuk dapat ditentukan, membentuk pola untuk menggambarkan tekstur objek serta memberikan kesan dramatis. Derajat perubahan *value* tergantung dari kesamaan antar bayangan dengan cahaya, juga dari sumber cahaya yang menimpa objek (Knight 79).



Gambar 2.25 Kontras  
(Sumber: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles/59471/projects/3583299/8366bb13b14690c2e9e7bff301415dcb.jpg>)



Gambar 2.26 Kontras 2

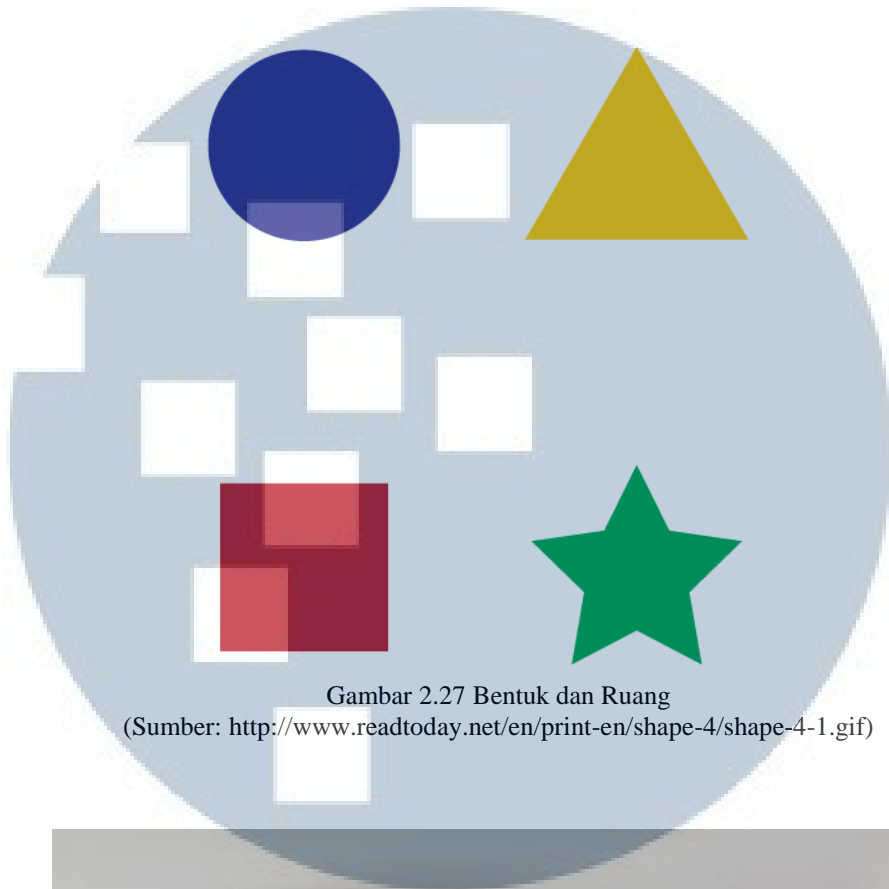
(Sumber: <http://behance.vo.llnwd.net/profiles4/135737/projects/1544063/b223c6989619e6a8e5e1b938e6c9c0f7.png>)

d. Bentuk dan Ruang (*Shape and Space*)

Bentuk adalah wujud atau istilah lain yaitu *visual form*. Bentuk yaitu suatu wujud di mana terdapat garis yang bersentuhan dengan dirinya sendiri, sehingga terbentuklah suatu bidang atau ruang. Bidang adalah *spot* yang berpotongan dengan dirinya sendiri. Ruang dua dimensi adalah ruang pada gambar yang disebut juga ruang imajinatif.

Dalam desain elementer ruang dikatakan sebagai bentuk dua atau tiga dimensional, bidang atau keluasan positif atau negatif yang dibatasi oleh limit. Disamping memiliki sifat-sifat yang sama seperti garis, ruang mempunyai dua dimensi tambahan, yaitu lebar dan dalam. Ruang mempunyai gerakan arah dan ciri-ciri umum, seperti: diagonal, horisantal, melengkung dan lain-lain. Jadi ruang merupakan keluasan dari suatu bidang atau permukaan yang mempunyai bentuk dua atau tiga dimensional.





Gambar 2.27 Bentuk dan Ruang  
(Sumber: <http://www.readtoday.net/en/print-en/shape-4/shape-4-1.gif>)



Gambar 2.28 Penggunaan Bentuk dan Ruang Pada Layout Majalah  
(Sumber: [http://static.designspiration.net/data/assets/052411-025041PM\\_as\\_project\\_item\\_image\\_12683196378617945205.jpg](http://static.designspiration.net/data/assets/052411-025041PM_as_project_item_image_12683196378617945205.jpg))

e. Pola (*Pattern*)

Pola merupakan bentuk dekoratif yang bersifat datar dan tidak memiliki gradasi gelap terang sehingga menyerupai siluet dan meminimalkan *volume* objek. Apabila pola bersifat dekoratif maka hanya bertujuan memperindah. Pola pada umumnya terdapat pada gaya desain *art nouveau* yang sangat menonjolkan dekoratif yang diatur.



Gambar 2.29 Pola

(Sumber: [http://webdesignledger.com/wp-content/uploads/2009/01/vintage\\_19.jpg](http://webdesignledger.com/wp-content/uploads/2009/01/vintage_19.jpg))

f. Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah tampilan permukaan (corak) dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Yang pada prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda, misalkan permukaan karpet, kulit kayu, kertas dan lain sebagainya.



Gambar 2.30 Tekstur

(Sumber: [http://www.techcredo.com/wp-content/uploads/2010/06/wooden\\_wall\\_hd.jpg](http://www.techcredo.com/wp-content/uploads/2010/06/wooden_wall_hd.jpg))

#### g. Tipografi

Tipografi adalah suatu disiplin ilmu yang mempelajari tentang huruf. Secara umum *font* memiliki karakteristik fisik yang dapat dibagi secara umum menjadi *serif*, *san serif script* dan dekoratif. *Font serif* adalah *font* yang memiliki kaki atau kait di bagian sudut-sudutnya. *Font script* adalah *font* yang tampak menyerupai tulisan tangan, biasanya dibuat lebih miring atau *italic*. *Font* dekoratif yaitu *font* yang secara fisik telah mengalami perubahan atau modifikasi bentuk, dan umumnya *font* jenis ini diciptakan khusus untuk kepentingan yang khusus juga.

Huruf tidak hanya memiliki fungsi sebagai simbol pembawa pesan saja, lebih dalam dari itu setiap huruf atau *font* memiliki sifat dan karakteristik masing-masing. Sifat ini dapat muncul dari bentuk *font* itu sendiri atau nuansa yang ditimbulkan *font* tersebut. Dengan pemilihan *font* yang tepat,

pembaca dapat menangkap maksud pesan atau nuansa yang ingin disampaikan sebelum pesan tersebut dibaca.

Judul atau *heading* merupakan judul artikel, berita, karangan. Sebuah judul harus mampu menarik dan merayu para pembaca agar tertarik dan memperhatikan tulisan yang di-*display*. Oleh karena itu sebuah judul harus bisa menarik perhatian baik secara visual ataupun verbal dan kedua-duanya akan bisa berhasil memikat pembaca berkat ungkapan judul yang didukung penampilan secara visual yang artistik. Oleh karena itu untuk mempersiapkan judul diperlukan pengolahan desain yang khusus. Sebuah judul juga harus bisa menggambarkan watak dari sebuah tulisan.

Sub judul atau *Subheads* merupakan pecahan-pecahan dari *heading*. Terkadang merupakan penjelasan lebih detail dari *heading*, ukurannya lebih kecil dari *heading*, namun masih lebih mendominasi dibandingkan teks yang lain. Sub judul berfungsi untuk memenggal blok tulisan yang panjang menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan berfungsi pula untuk mengurangi kesan monoton di dalam tiap halaman.

Artikel atau *Body Copy* merupakan bagian yang menjadi isi pesan yang hendak disampaikan pada suatu artiket atau berita. *Body copy* merupakan bagian teks dengan ukuran *font* terkecil namun masih dapat dibaca.

Kata keterangan gambar atau *caption* merupakan bagian yang terpisah dari teks maupun *heading*, umumnya difungsikan sebagai teks penjelasan, berfungsi untuk menjelaskan gambar posisinya bisa di atas atau di bawah

gambar atau bahkan di samping asalkan hubungan dan keterkaitan antara keduanya dapat dengan mudah ditangkap pembaca.



Gambar 2.31 Tifografi  
Dari kiri ke kanan: serif (Times New Roman), sans serif (Arial),  
dekoratif (2Dumb), script (Respective)  
(Sumber: dokumentasi pribadi)

Dalam penataan tipografi, *layout* dapat dibagi menjadi beberapa bagian, menurut penataan barisnya, yaitu sebagai berikut :

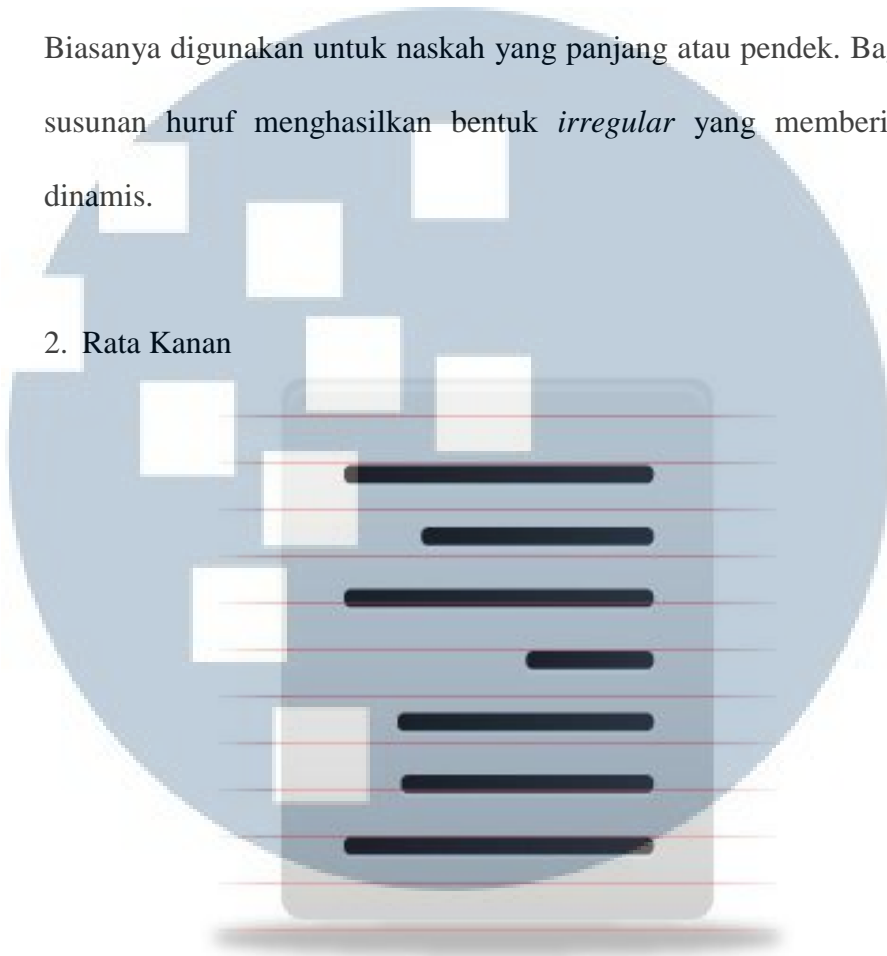
#### 1. Rata kiri



Gambar 2.32 Rata Kiri  
( Sumber : [http://cdn.iconpalace.com/icon\\_preview/Text%20align%20left-2821-256.jpg](http://cdn.iconpalace.com/icon_preview/Text%20align%20left-2821-256.jpg))

Biasanya digunakan untuk naskah yang panjang atau pendek. Bagian kanan susunan huruf menghasilkan bentuk *irregular* yang memberikan kesan dinamis.

## 2. Rata Kanan



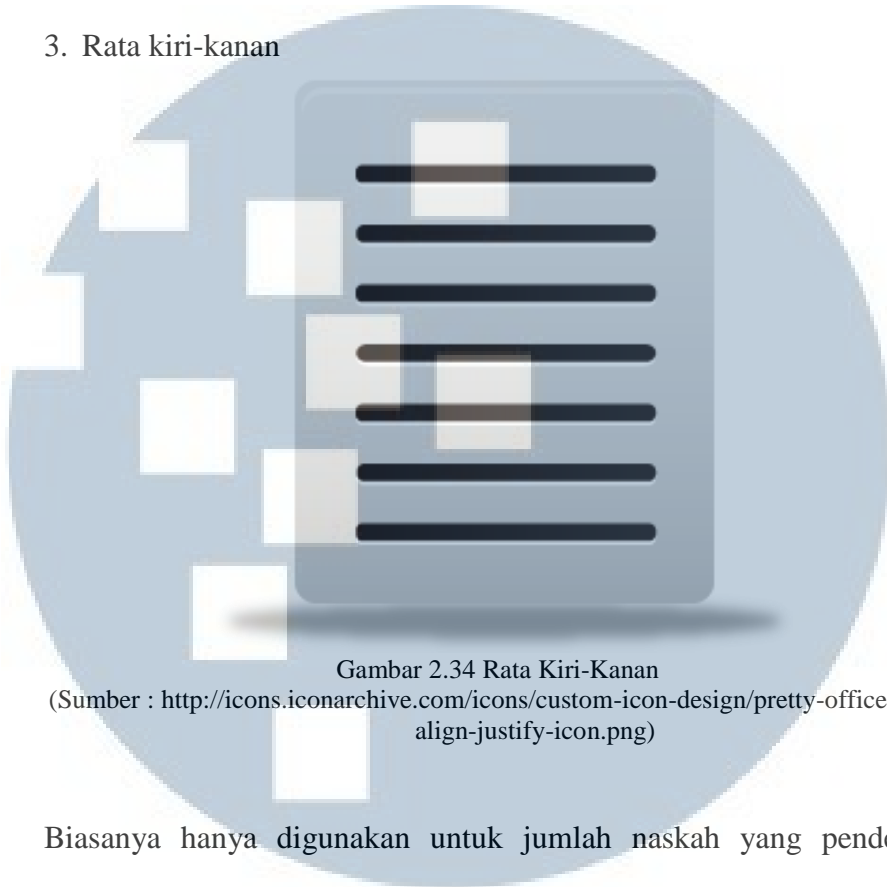
Gambar 2.33 Rata Kanan

(Sumber : [http://cdn.iconpalace.com/icon\\_preview/Text%20align%20right-2783-256.jpg](http://cdn.iconpalace.com/icon_preview/Text%20align%20right-2783-256.jpg))

Biasanya hanya digunakan untuk naskah yang pendek dengan penataan jumlah huruf-huruf per barisnya hampir setara.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3. Rata kiri-kanan



Gambar 2.34 Rata Kiri-Kanan

(Sumber : <http://icons.iconarchive.com/icons/custom-icon-design/pretty-office-8/256/Text-align-justify-icon.png>)

Biasanya hanya digunakan untuk jumlah naskah yang pendek dengan penataan jumlah huruf yang seimbang pada tiap barisnya.

### 4. Rata tengah



Gambar 2.35 Rata Tengah

(Sumber : <http://icons.iconarchive.com/icons/custom-icon-design/pretty-office-8/256/Text-align-center-icon.png>)

Biasanya digunakan untuk naskah yang panjang. Keteraturannya memberikan kesan bersih dan rapi. Namun, jarak antar kata harus diperhatikan bila jumlah huruf tidak sebanding dengan lebar kolom.

#### h. *Grid*

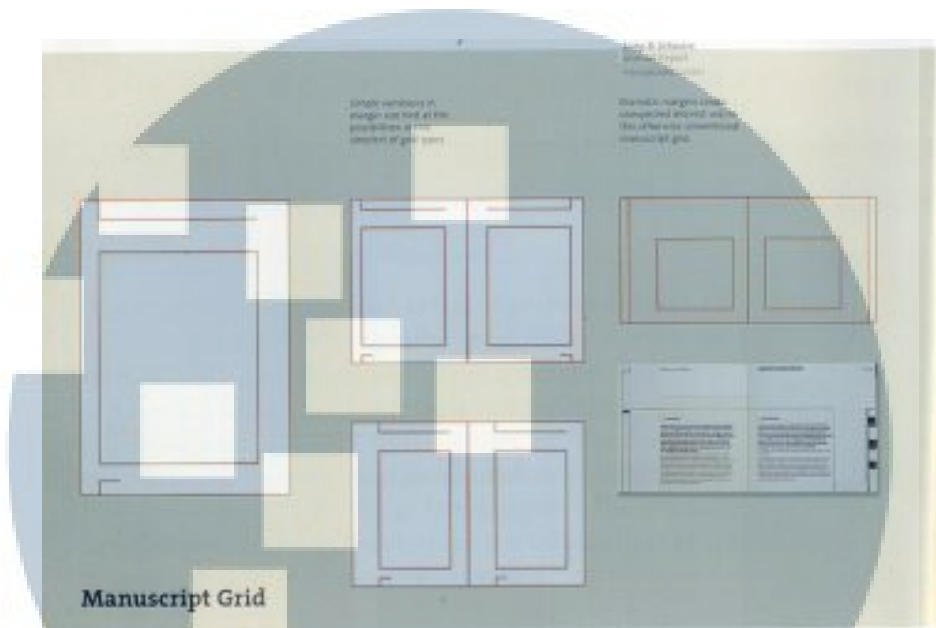
Menurut Andre Jute dalam bukunya, “*GRIDS : The Structure of Graphic Design*”, menjelaskan bahwa tujuan utama penggunaan *grid* adalah untuk menciptakan keteraturan dan menghindari adanya kekacauan. *Grid* membantu pembaca menemukan materi di tempat yang diharapkan setiap saat, baik ketika secara santai membuka halaman demi halaman, ataupun secara cepat membuka jurnal profesional untuk mendapatkan informasi yang relevan. Tujuan utama dari *grid* ini telah menolong desainer berpikir secara konstruktif dan dengan cara yang terstrukturisasi. Sistem *grid* juga dibagi menjadi beberapa jenis:

##### 1. *Manuscript Grid*

Dimana *layout* dimulai dengan penempatan judul utama baru disertai dengan isinya, berkesan rapi dan resmi.





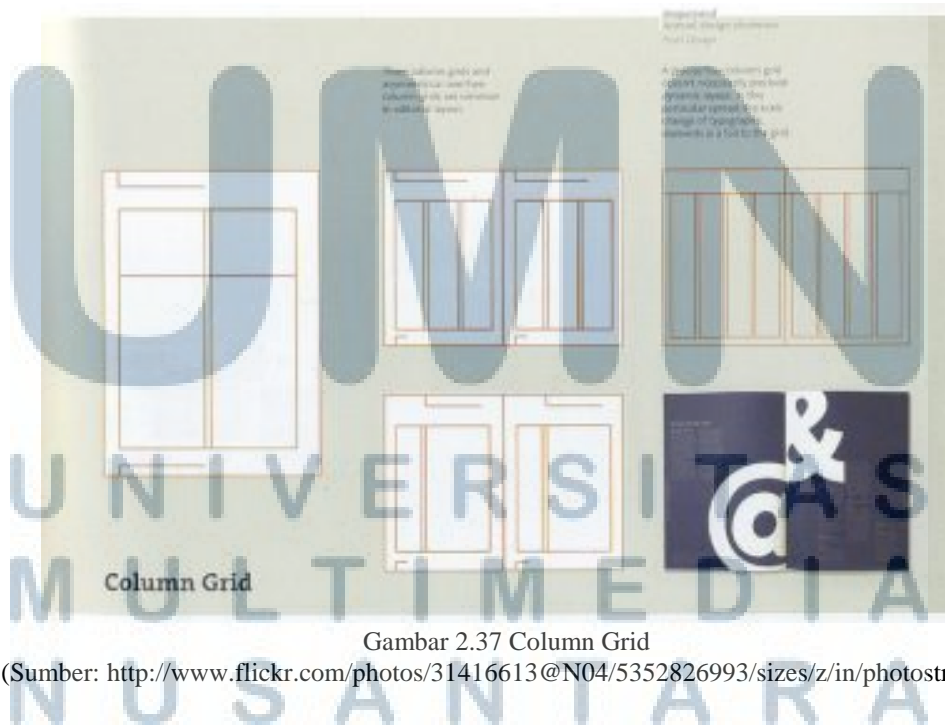


Gambar 2.36 Manuscript Grid

(Sumber: <http://www.flickr.com/photos/31416613@N04/5352826899/sizes/z/in/photostream/>)

## 2. Column Grid

Dimana *layout* digolongkan menjadi bagian-bagian vertikal, dengan tujuan untuk mengelompokkan data agar lebih mudah pemahamannya.

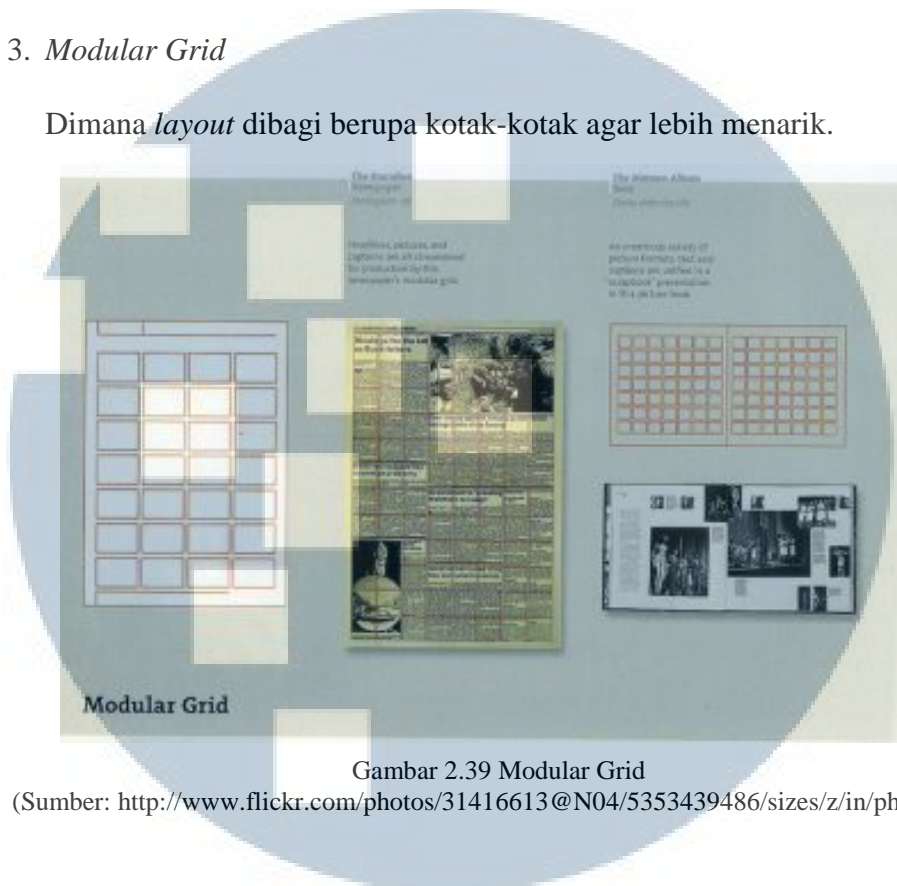


Gambar 2.37 Column Grid

(Sumber: <http://www.flickr.com/photos/31416613@N04/5352826993/sizes/z/in/photostream/>)

### 3. Modular Grid

Dimana *layout* dibagi berupa kotak-kotak agar lebih menarik.



Gambar 2.39 Modular Grid

(Sumber: <http://www.flickr.com/photos/31416613@N04/5353439486/sizes/z/in/photostream/>)

### 4. Hierarchical Grid

*Layout* disusun sedemikian rupa agar menarik perhatian, tetapi masih tetap berkesan rapi dan teratur.



Gambar 2.40 Hierarchical Grid

(Sumber: <http://www.flickr.com/photos/31416613@N04/5353439542/in/photostream/>)

## 5. *Dynamic Grid*

*Layout* yang dinamis, pembagian kolomnya kurang jelas, dipengaruhi oleh tipografi, beralur.

### i. Komposisi

Keseimbangan atau *balance* merupakan prinsip dasar dari suatu komposisi. Jika ada dua benda dengan berat sama diletakkan pada jarak yang sama terhadap suatu sumbu khayal, maka objek yang ada pada kedua belah sisi dari garis khayal tampak seolah-olah berbobot sama.

Keseimbangan bisa terjadi secara fisik maupun secara optis. Untuk menghayati hanya diperlukan satu titik atau sumbu khayal. Prinsip ini juga merupakan prinsip utama yang menghasilkan kesan tentang keteraturan.

Artini Kusmiati R, Sri Pudjiastuti dan Pamudji Suptandar berpendapat bahwa bentuk keseimbangan yang paling sederhana yaitu keseimbangan simetris yang terkesan resmi dan formal, serta keseimbangan asimetris yang terkesan tidak resmi dan informal namun tampak lebih dinamis.

#### - Keseimbangan Simetris

Keseimbangan simetris adalah berarti sama dalam ukuran, bentuk, bangun dan letak dari bagian-bagian atau obyek-obyek yang akan disusun di sebelah kiri dan kanan garis sumbu khayal (Artini Kusmiati, Sri Pudjiastuti, Pamudji Suptandar : 9).

- Keseimbangan Asimetris

Keseimbangan asimetris apabila garis, bentuk, bangun atau masa yang tidak sama dalam ukuran, isi, atau *volume*, diletakkan sedemikian rupa sehingga tidak mengikuti aturan keseimbangan simetris, maka susunannya disebut keseimbangan asimetris dan banyak digunakan dalam desain modern kontemporer (Artini Kusmiati, Sri Pudjiastuti, Pamudji Suptandar : 13).

### 2.3 BUKU

Menurut kamus besar bahasa Indonesia yang dimaksud dengan buku yaitu kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman. Seiring dengan perkembangan dalam bidang teknologi serta ditemukannya banyak penemuan-penemuan baru yang diciptakan oleh manusia, kini dikenal istilah *e-book* (buku elektronik), yang mengandalkan komputer dan internet.

Adapun pengertian lain tentang buku menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia (538-9) adalah semua tulisan dan gambar yang ditulis atau dilukis atas segala macam lembaran papirus, lontar, perkamen, dan kertas dengan berbagai macam bentuknya : berupa gulungan, dilubangi dan diikat dengan atau dijilid muka belakangnya dengan kulit, kain, karton, dan kayu. Buku merupakan hasil perekaman dan perbanyakan yang paling populer dan awet. Berbeda dengan majalah, apalagi surat kabar, buku sengaja dibuat untuk dibaca dengan tidak

memperdulikan kebaruannya karena tanggal terbitnya kurang mempengaruhi. Dengan kata lain buku merupakan alat komunikasi berjangka panjang dan mungkin yang paling berpengaruh kepada perkembangan kebudayaan manusia. Sebagai alat pendidikan buku lebih berpengaruh kepada anak-anak daripada sarana-sarana lain.

Buku memiliki banyak kelebihan dibandingkan dengan media-media informasi *audio* visual lain, diantaranya : buku selalu menyimpan informasi yang akurat meskipun sudah berumur ratusan tahun. Semakin tua umur sebuah buku, semakin banyak dicari sebagai bukti akan suatu peristiwa dan peradaban yang ada saat itu; buku merangsang daya imajinasi pembaca untuk mengembangkan ide-ide kreatif; buku biasanya membahas sebuah topik secara tuntas dan menyeluruh. Penelitian juga membuktikan bahwa 75% pengetahuan seseorang didapat melalui indra mata (termasuk membaca), 13% lewat telinga, dan hanya 12% melalui indra lainnya (Porf. Dr. Anwar Arifin, Op. Cit. H. 129).

Fakta lain yang menunjukkan minat masyarakat akan buku dengan format cetak yaitu, meskipun berada di tengah era penyebaran informasi secara digital namun industri penerbitan buku masih bertahan hingga saat ini. Beribu-ribu buku diterbitkan setiap tahun baik untuk konsumsi lokal maupun ekspor.

Perkembangan buku dari format awal hingga menjadi bentuk dengan format yang kita kenal sekarang, membutuhkan proses yang rumit. Informasi tertulis pertama yang dapat dipindah-pindah berupa lempeng tanah liat yang digunakan di Mesopotamia, serta gulungan lontar yang digunakan oleh seorang Mesir Kuno sekitar 5000 SM. Buku mulai dicetak dengan format modern pada sekitar abad

pertama atau kedua, dengan bentuk seperti naskah kuno yang berupa lembaran lontar atau kertas perkamen yang dilipat vertikal untuk menciptakan halaman-halamannya. Meskipun bentuknya mudah dibawa-bawa, namun pada masa itu buku masih bersifat benda yang berharga dan hanya disimpan di perpustakaan istana dan tempat-tempat ibadah.

Buku cetak terkuno yang masih dapat ditemukan sekarang diproduksi di Cina pada tahun 868. Cetakannya pun masih terbuat dari balok kayu, dan dicetak diatas gulungan perkamen. Bukti cetak pertama yang ditemukan mengarah pada ciri mesin cetak dari Cina pada abad ke-13. Namun, perkembangan mesin cetak yang paling signifikan berasal dari Eropa. Hal tersebut menjadi kunci bagi perkembangan percetakan di masa selanjutnya, dengan memperkenalkan efisiensi produksi dan distribusi informasi tercetak secara manual.

Seni mencetak semakin berkembang dengan ditemukannya mesin cetak pertama kali oleh seorang Jerman bernama Johannes Gensleich Zur Laden Zum Gutenberg (Johanes Gutenberg). Pada saat itu, percetakan menjadi kunci faktor yang dominan bagi perdagangan buku, dan menjadi kunci utama bagi seluruh proses penerbitan, kecuali dalam proses pembuatan kertas dan penjilitan. Namun dewasa ini, penerbit telah menjadi faktor yang dominan, sebagai pihak yang bertanggung jawab atas teks, desain dan keseluruhan buku.

Inovasi buku yang sederhana dan mudah dibawa, dengan tulisan yang dapat dibaca dengan jelas serta desain yang elegan, menjadi dasar bagi penerbitan buku modern. Pengaruh yang signifikan terhadap penerbitan modern bermula pada abad ke-19, dan berkaitan dengan produksi massal. Dengan adanya revolusi industri,

maka muncul metode mekanis untuk pembuatan kertas, penyusunan tulisan, hingga pencetakan (Jeannings 132-3).

Jika ditinjau dari perkembangannya, jenis dan kategori buku dapat berkembang sangat beragam yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor utamanya yaitu perkembangan manusia dalam bidang ilmu pengetahuan.

a. Buku yang ditulis tangan

1. Codex

Tablet dari batu ataupun kayu yang memuat informasi digunakan sebagai buku sejak zaman sebelum masehi oleh bangsa Sumeria dan Babilon. Di Mesir bahkan dari tanaman yang tumbuh di sungai Nil, kertas sudah bisa diciptakan dalam bentuk *papyrus*

2. Buku Eropa abad pertengahan

Buku di daerah ini ditulis tangan dan umumnya diterbitkan sebagai Alkitab. Buku di Eropa abad pertengahan didominasi dengan desain yang mewah, bahkan beberapa desain diberi hiasan emas dan pola timbul. Karena itu buku di daerah ini hanya dapat terjangkau oleh beberapa kalangan berada/kaya.

3. Buku dari Asia

Buku di Asia pertama kali dibuat dalam bentuk kayu bambu yang diikat dengan tali ataupun kain sutera. Para cendekiawan yang menulis buku di Asia umumnya menulis bentuk kaligrafi yang sukar sebab menggunakan alat tulis dari pena tanaman.

b. Buku yang dicetak

1. Renaissance

Buku pada zaman Renaissance ditandai dengan penemuan alat cetak fenomenal dari Johannes Gutenberg. Di mana ukuran kertas kuarto, duodecimo, 16mo, 24mo, dan 32mo sudah digunakan. Ilustrasi pada gambar masih menggunakan balok kayu dan alat lukis.

2. Abad 19 dan 20

Penemuan mesin cetak massal pada era industri memungkinkan produksi massal dilakukan dengan harga yang murah. Sampul buku dari kain dan kertas memungkinkan biaya buku menjadi sangat murah dan banyak mengkonsumsi buku untuk bacaan sehari-hari.

c. Berdasarkan isi

1. Fiktif :



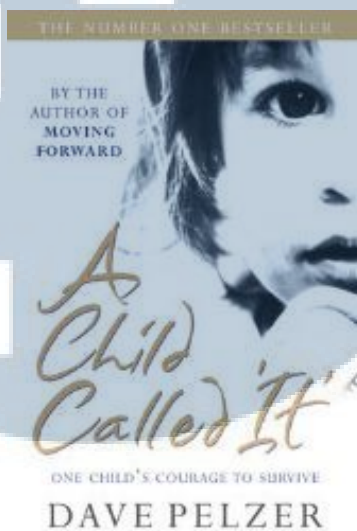
Gambar 2.41 Fiktif

(Sumber : <http://www.midwestbooksellers.org/site/wp-content/uploads/2010/07/Crying-Tree-TP-jacket-978-0-7679-3174-8.jpg> )



*The Crying Tree* merupakan contoh cerita fiksi yang ditulis oleh Naseem Rakha. Kisah di dalam novel tersebut hanyalah rekaan dan imajinasi dari si penulis. Terdapat beberapa tulisan yang termasuk dalam kategori fiksi. Contohnya novel, cerpen, roman, komik, petualangan, puisi, misteri, dll.

## 2. Non Fiktif :



Gambar 2.42 Non Fiktif  
(Sumber : <http://www.theskykid.com/books/a-child-called-it/> )

Tidak semua novel merupakan hasil rekaan atau imajinasi dari si penulis. Terdapat beberapa novel yang ditulis berdasarkan dari pengalaman nyata si penulis atau pengalaman orang lain yang dijadikan inspirasi oleh penulis. Salah satu contoh yaitu novel karya Dave Pelzer ‘A Child Called It’. Buku yang ditulis berdasarkan pengalaman pribadi si penulis. Menceritakan tentang penyiksaan dan penganiayaan yang dialaminya semasa kecil.

Namun biasanya buku dengan kategori non fiktif lebih bersifat faktual dan terjadi dalam kehidupan sehari-hari serta dapat dibuktikan kebenarannya. Contohnya buku teks, kamus, geografi, biologi, arsitektur, hobi, desain, kerajinan, kecantikan, sains, psikologi, religi.

Selain itu Iyan Wb., menyebutkan fungsi buku antara lain sebagai berikut:

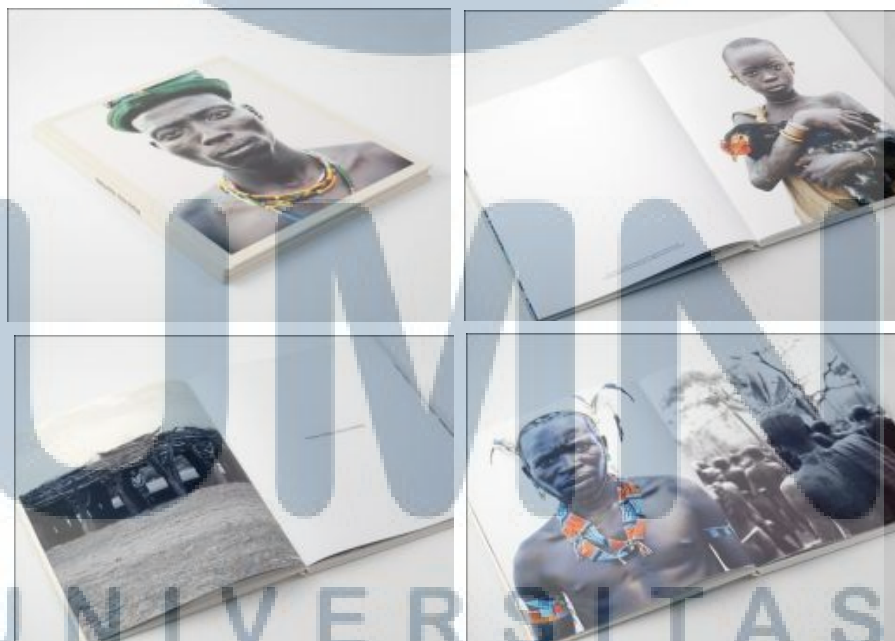
1. Sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan penulis kepada pembaca secara efektif.
2. Materi yang dibahas dan disampaikan buku dapat memberi manfaat kepada pembacanya.
3. Isi buku yang ditampilkan berusaha menarik dan memikat pembaca sehingga menghadirkan kesan tersendiri bagi pembacanya.
4. Setiap buku yang terbit ditujukan untuk meraih pembaca potensial dan meraih sukses dalam pemasaran.

Menurut Zubaidi, secara garis besar buku yang baik akan tetap dikenang pembaca minimal memenuhi tiga syarat berikut:

1. Memenuhi kebutuhan pasar dari konsumen.
2. Mempunyai manfaat bagi konsumen, baik untuk sekedar menambah wawasan atau sekedar melepas kepenatan pikiran.
3. Memiliki daya pikat (*bargaining position*), yaitu perwajahan luar yang elok dan perwajahan dalam yang baik, terutama deskripsi substansi.

### 2.3.1 Penggunaan Fotografi pada buku

Buku fotografi menempatkan foto sebagai objek utama yang menjadi pokok perhatian dimana adegan-adegan yang diabadikan mempunyai makna atau pesan yang hendak disampaikan, seperti sisi humanistiknya ataupun suasana yang ingin dihadirkan. Dalam sebuah buku fotografi harus memiliki suatu tema atau memiliki suatu kekuatan untuk membangkitkan perasaan bagi yang melihatnya, disertai dengan narasi yang memperkuat foto tersebut, baik panjang maupun pendek. Kesenambungan antara foto yang satu dan yang lain harus diperhatikan agar pembaca dapat menangkap pesan yang ingin disampaikan. Penggunaan fotografi dalam buku sangat menarik dan mudah memberikan pemahaman yang bagi masyarakat.



Gambar 2.43 Penggunaan Fotografi pada Buku  
(Sumber: <http://www.behance.net/gallery/Vanity-of-Man/4334399>)

## 2.4 NARASI

Narasi dikenal sebagai cerita yang terdapat urutan-urutan peristiwa atau kejadian dalam satu urutan waktu. Terdapat beberapa jenis narasi, yaitu :

a. Narasi ekspositorik

Narasi informatif merupakan narasi yang memiliki sasaran penyampaian informasi secara tepat tentang suatu peristiwa dengan tujuan memperluas pengetahuan orang tentang kisah tertentu. Dalam narasi eskpositorik, penulis menceritakan suatu peristiwa berdasarkan data sebenarnya.

b. Narasi sugestif

Narasi sugestif adalah narasi yang berusaha menceritakan suatu maksud tertentu, menyampaikan suatu amanat terselubung bagi para pembaca sehingga tampak seolah-olah melihat dan merasakan sendiri suatu peristiwa tertentu.

Menurut Keraf (2000:136) ciri-ciri narasi adalah menonjolkan unsur perbuatan atau tindakan, dirangkai dalam urutan waktu, berusaha menjawab pertanyaan “apa yang terjadi?” dan ada konflik yang terjadi di dalamnya. Narasi dibangun berdasarkan sebuah alur cerita, alur tidak akan menarik jika tidak terdapat konflik. Selain alur cerita, konflik dan susunan kronologis, ciri-ciri narasi lebih lengkap diungkapkan oleh Atar Semi (2003: 31), yang isinya:

1. Berupa cerita tentang peristiwa atau pengalaman penulis.
2. Kejadian atau peristiwa yang disampaikan berupa peristiwa yang benar-benar terjadi, dapat pula hanya imajinasi semata atau gabungan keduanya.

3. Berdasarkan konflik, karena tanpa konflik biasanya narasi tidak menarik.
4. Memiliki estetika.
5. Menekankan susunan secara kronologis.

Terdapat persamaan ciri yang dikemukakan Keraf dan Atar Semi, yaitu bahwa narasi memiliki ciri berisi suatu cerita, menekankan susunan kronologis atau dari waktu ke waktu dan konflik. Secara fundamental tujuan narasi yaitu hendak memberikan informasi atau wawasan dan memperluas pengetahuan dan memberikan pengalaman estetis kepada pembaca.

## **2.5 BATIK**

Istilah batik, menurut etimologi kata ‘batik’ berasal dari bahasa Jawa, dari kata “tik” yang berarti kecil dapat diartikan sebagai gambar yang serba rumit. Dalam Kesusastraan Jawa Kuno dan Pertengahan, proses batik diartikan sebagai “Serat Nitik”. Setelah Kraton Kartosuro pindah ke Surakarta, muncul istilah “mbatik” dari jarwo dosok “ngembat titik” yang berarti membuat titik (Riyanto, 1997:11).

Menurut Hamzuri (1981:1), batik adalah suatu cara membuat desain pada kain dengan cara menutup bagian-bagian tertentu dari kain dengan malam (desain lebah). Batik pada mulanya merupakan lukisan atau gambar pada mori yang dibuat dengan menggunakan alat yang bernama Canting. Dalam perkembangan selanjutnya dipergunakan alat-alat lain yang lebih baik untuk mempercepat proses pengerjaannya misalnya dengan cap.

Secara pasti asal usul batik di Indonesia masih sulit dilacak, karena bisa sampai pada masa purbakala (Donahue, 1931:13). Salah satu pendapat yang meninjau tentang batik *design* dan *proses Waxresist Technigue* adalah Alfred Steinman yang mengemukakan bahwa semacam batik terdapat pula di Jepang pada zaman Dinasti Nara sampai abad pertengahan, yang disebut Rokechi, di Cina pada zaman Dinasti Tang, di Bangkok dan Turkestan Timur. Corak batik dari daerah tersebut pada umumnya bermotif geometris, namun batik yang ada di Indonesia mempunyai desain atau corak yang lebih banyak variasinya. Batik dari India Selatan baru dibuat pada tahun 1516, yaitu di Palekat dan Gujarat. Perkembangan batik India mencapai puncaknya pada abad XVII sampai XIX (Riyanto, 1997:10).

Beberapa ahli sejarah menduga bahwa batik yang berasal dari Indonesia, khususnya di Pulau Jawa, semula berasal dari India. Batik pada awalnya dibawa oleh para pedagang India yang kala itu sedang melakukan perdagangan dengan pedagang-pedagang pribumi di Pulau Jawa. Melalui proses tukar-menukar barang dagangan tersebut, selanjutnya melahirkan informasi pemahaman tentang batik. Lambat laun orang-orang Jawa mulai mengenal batik yang kemudian memodifikasinya, dan mengembangkannya dengan menggunakan bahan baku dan bahan penunjang lainnya, sehingga berubah bentuk menjadi kain atau pakaian yang memiliki ciri-ciri Indonesia (Dofa, 1996:8).

Pendapat lain mengenai asal mula batik di Indonesia, yaitu dari Prof. RM. Sutjipto Wirjosaputro yang menyatakan bahwa asal mula kebudayaan batik di Indonesia sebelum bertemu dengan kebudayaan India, bangsa Indonesia telah

lama mengenal aturan-aturan untuk menyusun syair, mengenal industri logam, teknik untuk membuat kain batik dan sebagainya, dan yang mengembangkan kesenian India di Indonesia adalah bangsa Indonesia (Susanto, 1973:307).

Awalnya batik hanya dikerjakan terbatas di dalam lingkungan keraton saja, dan hasilnya di kenakan untuk raja, keluarga raja, dan pengikutnya. Pekerjaan membatik menjadi suatu aktivitas rumah tangga di pusat-pusat istana yang besar seringkali dikerjakan oleh para istri pelayan pejabat istana tingkat rendah (abdi dalem), ini menunjukkan bahwa kerajinan tekstil pada masa itu, didominasi oleh kaum wanita (Geertz, 1987). Di beberapa tempat penggerak kerajinan batik ini adalah para selir (isteri raja yang bukan permaisuri), baik yang tinggal didalam atau diluar istana/kraton (Soeroto dan Sukardjo Hatmosuprobo, 1979). Maka tidak mengherankan apabila dahulu kain batik hanya dikenakan oleh bangsawan dan priyayi oleh karena memang ada hubungan historis yang erat antara pembuatan batik dan kebudayaan tinggi istana.

Ada beberapa pendapat lain yang mengemukakan tentang asal mula Batik Indonesia, berikut beberapa pendapat tersebut :

a. Ditinjau dari Sejarah Kebudayaan

Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wijosuparta menyatakan bahwa sebelum masuknya kebudayaan India bangsa Indonesia telah mengenal teknik membuat kain batik (Widodo, 1983 : 2).

b. Ditinjau dari desain batik dan proses "*Loax-resist tehniq*ue"

Prof. Dr. Alfred Steinmann mengemukakan bahwa :

1. Telah ada semacam batik di Jepang pada dinasti Nara tapi yang di sebut “Ro-Kecht”, di China pada zaman dinasti T’ang, di Bangkok dan Turkestan Timur. Desain batik dari daerah-daerah tersebut pada umumnya bermotif geometris, sedang batik Indonesia lebih banyak variasainya. Batik dari India Selatan (baru mulai dibuat tahun 1516 di Palekat dan Gujarat) adalah sejenis kain batik lukisan lilin yang terkenal dengan nama batik Palekat. Perkembangan batik India mencapai puncaknya pada abad 17-19.
2. Daerah-daerah di Indonesia yang tidak terpengaruh kebudayaan India, ada produksi batik pula, misalnya di Toraja, daerah Sulawesi, Irian dan Sumatera.
3. Tidak terdapat persamaan ornamen batik Indonesia dengan ornamen batik India. Misal : di India tidak terdapat tumpal, pohon hayat, caruda, dan isen-isen cece serta sawut.

Menurut Nian S. Djoemena (1986:7), secara garis besar terdapat 2 golongan ragam hias batik, yaitu ragam hias geometris dan ragam hias non-geometris.

Yang termasuk dalam golongan geometris adalah :

1. Garis miring atau parang

Motif batik Parang pada dasarnya tergolong sederhana, berupa lilitan leter

S yang jalin-menjalin membentuk garis diagonal dengan kemiringan 45

derajat. Namun, filosofi yang terkandung di dalamnya tidak sesederhana

motifnya. Motif parang termasuk ragam hias larangan, artinya hanya raja

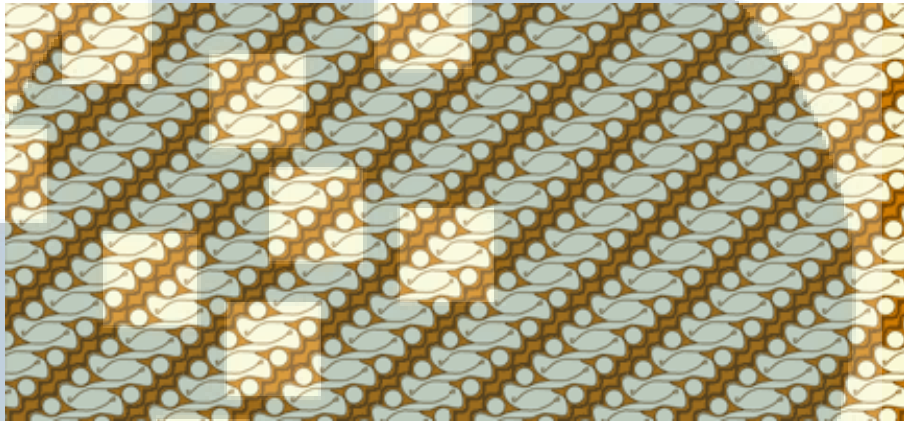
dan kerabatnya yang diijinkan memakainya. Besar kecilnya motif parang

juga menyimbolkan status sosial pemakainya di dalam lingkaran kerajaan.



Motif batik Parang memiliki beberapa motif atau kategori lagi, yaitu:

a. Parang rusak



Gambar 2.44 Parang Rusak

(Sumber : [http://www.artfans.info/wp-content/uploads/2009/05/batik\\_02\\_th.gif](http://www.artfans.info/wp-content/uploads/2009/05/batik_02_th.gif))

Motif ini merupakan motif batik yang diciptakan Panembahan Senopati saat bertapa di Pantai Selatan. Terinspirasi dari ombak yang tidak pernah lelah menghantam karang pantai.

b. Parang barong



Gambar 2.45 Parang Barong

(Sumber: [http://3.bp.blogspot.com/\\_uyfp7wk3XFg/TIBezWxf7JI/AAAAAAAAAU4/GokmD5x6XGU/s400/BCJParangRusakBarong1%5B1%5D.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_uyfp7wk3XFg/TIBezWxf7JI/AAAAAAAAAU4/GokmD5x6XGU/s400/BCJParangRusakBarong1%5B1%5D.jpg))

Motif parang barong merupakan motif parang yang ukuran motifnya lebih besar daripada parang rusak, diciptakan oleh Sultan Agung Hanyakrakusuma. Parang barong memiliki makna pengendalian diri dari dinamika usaha yang terus-menerus, kebijaksanaan dalam gerak, dan kehati-hatian dalam bertindak.

c. Parang klitik



Gambar 2.46 Parang Klitik  
(Sumber : [http://apriliaisme.files.wordpress.com/2009/12/parangklitik\\_bpkl\\_813.jpg](http://apriliaisme.files.wordpress.com/2009/12/parangklitik_bpkl_813.jpg))

Motif ini adalah pola arang dengan stilasi motif yang halus. Ukurannya pun lebih kecil, dan mengandung citra feminin. Parang jenis ini melambangkan kelemah-lembutan, perilaku halus dan bijaksana. Biasanya dikenakan di kalangan putri istana.

d. Parang slobog



Gambar 2.47 Parang Slobog

(Sumber : <http://apriliasme.files.wordpress.com/2009/12/slobog.jpg> )

Motif ini adalah pola parang yang menyimbolkan keteguhan, ketelitian, dan kesabaran, dan biasa digunakan dalam upacara pelantikan. Bisa juga dikenakan dalam upacara kematian karena mengandung dia agar derajatnya diangkat ke tempat yang lebih terhormat.

2. Garis silang atau ceplok
3. Anyaman dan Limar

Yang termasuk golongan non-geometris adalah:

1. Semen, terdiri dari flora, fauna, meru, lar dan sejenis itu yang ditata secara serasi.

2. Lunglungan

3. Buketan, dari kata Prancis atau Belanda *bonquet* jelas merupakan ragam hias pengaruh dari luar dan termasuk ragam hias pesisir.

Sejak zaman penjajahan Belanda, batik ditinjau dari daerah penghasilnya, dibagi menjadi dua kelompok, yaitu:

a. Batik Vorstenlanden

Yaitu batik dari daerah pedalaman (Surakarta dan Yogyakarta). Di zaman penjajahan Belanda, kedua daerah ini merupakan daerah kerajaan dan dinamakan daerah Vorstenlanden, hingga saat ini kedua kerajaan itu masih memiliki kharisma.

b. Batik Pesisir

Batik Pesisir merupakan batik yang pembuatannya dikerjakan diluar daerah pedalaman (Surakarta dan Yogyakarta), yang termasuk daerah pesisir adalah daerah yang terdapat disepanjang pantai utara Jawa, seperti Jakarta, Indramayu, Cirebon, Pekalongan, Lasem, Garut, Madura dan Jambi.

Pembagian asal batik ini, terutama berdasarkan sifat corak dan awan dasarnya serta keunikan dari masing-masing daerah (1986:7).

Secara garis besar ciri khas kedua kelompok tersebut, yaitu:

1. Batik Pedalaman (Vorstenlanden), khususnya daerah Surakarta dan Yogyakarta, memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Ragam hias motif batiknya bersifat simbolisme berlatar belakang kebudayaan Hindhu-Jawa.
- Warna sogan, indogo (biru), hitam dan putih

2. Batik pesisir memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Ragam hias motif batiknya bersifat natural dan mendapat pengaruh kebudayaan asing secara dominan.
- Warna beraneka ragam (Djoemena, 1989:8).

Ditinjau dari segi motifnya ada dua jenis batik, yaitu batik tradisional dan batik modern. Batik tradisional adalah jenis batik yang motif dan gayanya terikat pada suatu aturan dan isen-isen tertentu, seperti motif sidomikti, sidoluhur, parang, rusak, dan sebagainya. Batik modern adalah semua jenis batik yang telah menyimpang dari ikatan yang sudah menjadi tradisi tersebut (Susanto, 1975:1; Soetopo, tt:19). Jika ditinjau dari segi teknik pembuatannya atau dalam hak ini pembatikannya juga dikenal dua macam batik, yaitu batik tradisional dan batik *printing*. Batik tradisional meliputi: batik tulis, batik cap, atau batik kombinasi tulis dan cap yang masih dibuat dengan cara sederhana dengan menggunakan Canting maupun alat cap. Batik *printing* adalah batik yang dibuat dengan sistem sablon atau *hand print* (Prisma. No. 8 Agustus 1982:73).



Gambar 2.48 Canting

( Sumber : <http://batikharyanto.com/images/stories/proses2.jpg> )

Teknik membuat batik tradisional meliputi seluruh proses pekerjaan yang cukup panjang terhadap kain mori sejak dari permulaan hingga menjadi kain batik. Pekerjaan ini meliputi tahap persiapan dan tahap pokok. Pada tahap persiapan maka yang dikerjakan adalah mempersiapkan kain mori sehingga siap untuk dibatik, yaitu (1) memotong kain mori sesuai dengan ukuran yang dikehendaki; (2) mencuci (nggirah atau ngetel) kain mori; (3) menganji (nganjil) dan (4) menyetrika (ngemplong). Pada tahap pokok proses pembatikan yang sebenarnya dimulai, yaitu meliputi tiga macam pekerjaan: (1) pembuatan motif batik dengan melekatkan lilin batik (malam) pada kain. Ada beberapa cara pelekatan lilin ini, yaitu dengan dilekatkan atau ditulis dengan alat yang disebut Canting, Canting cap, atau dilukis dengan kuwas (jegul). Lilin atau malam adalah campuran dari beberapa bahan, seperti gondorukem, matakucing, parafin atau microwox, lemak atau minyak nabati, dan kadang-kadang dicampur dengan lilin lebah atau lanceng; (2) pewarnaan batik yang dilakukan dengan cara menyelupkan pada zat pewarna; dan (3) menghilangkan lilin pada kain yang disebut ngerok, nglorod, ngebyok atau mbabar (Soetopo S., tt: 3-5).

c. Ditinjau dari sejarah

Baik Prof. M. Yamin maupun Prof. Dr. R.M. Sutjipto Wirjosuparta, mengemukakan bahwa batik di Indonesia telah ada sejak zaman Sriwijaya, Tiongkok pada zaman dinasti Sung atau T'ang (abad 7-9). Kota-kota penghasil batik, antara lain : Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Lasem, Banyumas, Purbalingga, Surakarta, Cirebon, Tasikmalaya, Tulungagung, Ponorogo,

Jakarta, Tegal, Indramayu, Ciamis, Garut, Kebumen, Purworejo, Klaten, Boyolali, Sidoarjo, Mojokerto, Gresik, Kudus, dan Wonogiri (Widodo, 1983 : 2-3).

## 2.6. AUDIENCE

Endang S. Sari dalam buku *Audience Research* mengatakan bahwa *audience* adalah masyarakat yang menggunakan media massa sebagai sumber pemenuhan bermedianya. Ada beberapa karakteristik dari jenis *audience*/khalayak yang muncul seiring dengan berjalannya waktu dan kemajuan media. Nightingale (2003) mengemukakan tipologi baru yang berupa keanekaragaman baru, diantaranya ada 4 (empat) jenis sebagai berikut:

- a. *Audiences* sebagai orang berkumpul. Pada dasarnya diukur sebagai khalayak yang memperhatikan presentasi media tertentu atau produk pada waktu tertentu, disebut penonton.
- b. *Audiences* sebagai penonton yang berbicara. Merujuk kepada sekelompok orang yang digambarkan oleh komunikator dan untuk konteks yang dibentuk. Hal ini juga dikenal sebagai audiens tertulis.
- c. *Audiences* sebagai penonton yang mengalami langsung kejadian. Penerimaan pengalaman sendiri atau dengan orang lain sebagai sebuah peristiwa interaktif dalam kehidupan sehari-hari, dalam konteks oleh tempat atau fitur lain.
- d. *Audiences* dimana penonton yang mendengar. Dasarnya mengacu pada partisipatif pengalaman penonton, ketika penonton terbawa dalam

sebuah pertunjukan atau diaktifkan untuk berpartisipasi dari jarak jauh berarti memberi tanggapan pada waktu yang sama.

Seiring dengan perkembangan jaman yang membuat berbagai perubahan baru dalam pandangan di masyarakat yang diakibatkan oleh pers, film dan radio. Teori komunikasi pertama tentang khalayak media timbul dari berdasarakan akan pesatnya kemajuan kehidupan sosial masyarakat di era modern. Fenomena ini di kenal dengan sebutan “Massa” dan di bedakan dari struktur sosial, terutama kelompok sosial masyarakatnya.

a. Khalayak Sebagai Suatu Kelompok

Ketika setiap orang bebas untuk memilih media mana yang akan dikonsumsi, mereka tidak merasa dikontrol oleh sebuah sistem bernama kekuasaan. Interaksi sosial yang berkembang dengan bantuan media membantu masyarakat untuk semakin banyak berinteraksi. Dalam sejarah awal penelitian media, *audience* terdiri dari banyak jaringan hubungan sosial berdasarkan lokalitas dan kepentingan bersama, dan media massa dimasukkan ke dalam jaringan ini dengan cara yang berbeda.

b. Khalayak Sebagai Pasar

Pers dan film menjadi bisnis yang menguntungkan dalam dunia penyiaran pada tahun 1920. Pemirsa televisi dan pendengar radio telah menjadi konsumen yang menguntungkan bagi pelaku bisnis media tersebut. Semakin besar media tersebut, semakin banyak khalayaknya dan semakin besar pula keuntungannya. Hal ini dapat dikategorikan dari sosial demografi, atau konsumen aktual dan



potensial. Adapun karakteristik khalayak sebagai pasar lebih lanjut adalah sebagai berikut:

- Anggotanya merupakan agregat dari individu yang bersifat sebagai konsumen
- Klasifikasinya lebih didasarkan pada kriteria penghasilan ekonomi
- Anggotanya tidak berhubungan satu sama lain
- Bersifat sementara
- Tidak mengenali signifikansi publik

Industri media adalah industri yang unik karena mereka melayani dua pasar yang berbeda sekaligus dengan satu produk. Pada pasar yang pertama yakni khalayak (pembaca, pemirsa, pendengar), industri menjual produk berupa 'goods' radio dan TV menjual acaranya yang dinilai dalam bentuk 'rating' sedangkan Koran dan majalah dinilai bentuk fisik dari Koran dan majalah tersebut yang dinilai dalam jumlah tira. Pasar yang kedua adalah pengiklan kepada para pengiklan media menjual 'service' berupa ruang atau waktu yang siarannya untuk digunakan beriklan.

Media banyak digunakan untuk kepentingan komersial. Karena untuk dapat mempertahankan hidup dengan memenangkan persaingan media membutuhkan sumber hidupnya baik modal, *content* maupun khalayak. Ketiga sumber tersebut saling berhubungan dengan *content* yang menarik khalayak akan menonton program tersebut maka semakin tinggi *rating*-nya, impikasinya adalah semakin berminat pula pemasang iklan untuk beriklan pada program acara tersebut. Atau bisa jadi stasiun Televisi yang memiliki *capital* yang cukup kuat dapat

memproduksi acara (*content*) yang berkualitas sehingga dapat menarik minat audiens, yang mengakibatkan tingginya *rating* dan pada gilirannya akan menarik pengiklan untuk masuk. Kinerja seperti ini tentu saja membuat media dijadikan alat bagi para pemilik modal guna mempertahankan dominasinya. Entah dalam hal ekonomi, kekuasaan maupun politik

Jensen dan Rosengren (1990) mengelompokkan 5 tradisi penelitian terhadap audiens terkait dengan efek, uses dan *gratification*, literatur kritis, studi kultural, dan analisa resepsi (penerimaan pesan). Sedangkan McQuail mengadopsi tipologi yang lebih ekonomis dengan mengidentifikasi 3 varian utama pendekatan, yaitu struktural, *behavioral* dan sosio-kultural.

a. Tradisi Struktural Pengukuran Audiens

Penelitian struktural merupakan penelitian yang paling awal dan paling mudah, dan muncul untuk menjawab kebutuhan industri media. Penelitian ini digunakan untuk mengestimasi jumlah audiens. Data ini sangat berguna bagi manajemen, terkait dengan penjualan iklan. Selain jumlah audiens, aspek komposisi sosial juga sebagai bagian dari penelitian ini.

b. Tradisi behavioural (perilaku)

Penelitian komunikasi massa pada awalnya terfokus pada penelitian dampak media, khususnya terhadap anak-anak dan orang muda dengan penekanan pada potensi pengaruh buruk akibat terpaan media massa. Hampir semua penelitian mengenai dampak media merupakan penelitian terhadap audiensnya, bagaimana audiens dikonseptualisasikan sebagai pihak yang terkena terpaan media massa sehingga dapat dipengaruhi, baik dalam bentuk persuasif, pembelajaran maupun

perilaku. Model dampak ini biasanya merupakan proses satu arah dimana audiens adalah pihak yang pasif dalam stimuli media.

Sedangkan model penelitian perilaku yang lainnya, dampak langsung media diukur dengan melihat reaksi audiens. Pada penelitian ini, audiens dilihat sebagai konsumen yang memiliki motivasi dan dapat memilah informasi yang dibutuhkannya. Penelitian ini terfokus pada motif dasar dan tingkat motivasi dalam memilih media dan informasinya.

c. Tradisi Budaya dan Analisa Penerimaan Pesan (Sosio-Kultural)

Tradisi budaya ini memberikan penekanan bahwa penggunaan media dianggap sebagai refleksi dari konteks sosio-kultural secara umum dan sebagai suatu proses pemberian arti pada produk budaya dan pengalaman sehari-hari. Menurut Lindlof, penelitian ini menekankan pada karakteristik audiens yang mendalam sebagai 'komunitas interpretatif'.

Fitur utama penelitian audiens dalam tradisi kultural (penerimaan pesan) dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pesan yang disampaikan harus bisa 'dibaca' melalui penerimaan audiens. Untuk itu, pesan mengandung makna dan kesenangan (yang tidak pernah dapat dipastikan atau diprediksi).
- Proses penggunaan media dan bagaimana media digunakan untuk memaparkan suatu konteks merupakan obyek suatu kepentingan.
- Penggunaan media biasanya dalam situasi khusus dan berorientasi pada tanggung jawab sosial sebagai salah satu bentuk partisipasi dalam komunitas

intepretatif.

- Audiens beberapa genre media tertentu biasanya terbagi ke dalam beberapa komunitas intepretatif.
- Audiens tidak bersifat pasif, dan masing-masing tidak bersifat setara, mengingat masing-masing memiliki pengalaman dan tingkat keaktifan yang berbeda.
- Metode yang digunakan harus metode kualitatif dan mendalam, terkadang etnografi membentuk isi pesan dan aksi terhadap penerimaan pesan dan konteks.

Herbert Gans (1957) mengatakan dalam teori "budaya rasa", bahwa khalayak muncul di permukaan berdasarkan pada adanya gabungan ketertarikan pada media tersebut, alih-alih pada kesamaan latar belakang dan status sosial. Dia mengatakan hal itu sebagai: himpunan (*aggregat*) dari materi yang mirip, dipilih oleh orang yang sama.

Menurut Tunstall (1971), khalayak/*audience* adalah inti dari kegiatan media dan sebagai *shared goal* dari organisasi media. Karena faktanya, media membutuhkan khalayak untuk keberlangsungan hidupnya, sumber inspirasi dan sumber pendapatan. Ada 6 (enam) konsep terkait jangkauan khalayak/*audience*, yakni:

1. *the available* : daya jangkau penerimaan pesan
2. *the paying* : khalayak yang bersedia membayar untuk mendapat produk media
3. *the attentive* : khalayak yang memperhatikan kandungan utama media

4. *the internal* : khalayak yang memusatkan perhatian pada bagian-bagian tertentu dari isi utama kandungan media

5. *the cumulative* : keseluruhan khalayak potensial yang terjangkau dalam kurun waktu tertentu

6. *the target* : satuan khalayak potensial yang sengaja dijangkau untuk tujuan khusus.

Rubin (1984) membedakan penggunaan media secara “ritual” dan “instrumental”. Dimana ritual adalah aktifitas penggunaan media sebagai sebuah kebiasaan dengan didukung daya tarik yang kuat. Sedangkan Instrumental adalah aktifitas penggunaan media secara selektif dengan tujuan tertentu. Konsep aktifitas disini menunjukkan semakin aktif dalam penggunaan media akan semakin banyak waktu yang mereka alokasikan untuk menggunakan media. Secara normatif, penggunaan media secara aktif dianggap baik dan penggunaan pasif dianggap berbahaya. Hal ini dikonstruksikan media, terkait kepentingan media untuk mendapatkan khalayak/*audience* sebagai sumber pendapatan.

Biocca mengajukan 5 (lima) perbedaan makna dan konsep aktifitas, yakni:

• *selectivity* : khalayak/*audience* aktif dalam memilih media yang disukai

• *utilitarianisme* : khalayak/*audience* adalah penjelmaan kepentingan konsumen

- *intentionality* : khalayak/*audience* yang aktif terlibat dalam proses kognitif terhadap informasi yang masuk
- *resistance to influence* : khalayak/*audience* yang tidak menghendaki pengaruh dari media, namun khalayak/*audience* masih dalam kontrol dan tidak direkayasa
- *involvement* : khalayak/*audience* yang aktif memberikan tanggapan kepada media

Perbedaan konsep aktifitas tersebut dipengaruhi oleh peristiwa, rangkaian sorotan media, harapan yang tinggi, pilihan, pengalaman, situasi *post-exposure*, singkatnya kepuasan yang diraih media dari kehidupan sosial dan personal. Konsep aktifitas yang telah disebutkan di atas, kurang mengakomodasi konsep aktifitas lainnya seperti tanggapan khalayak melalui surat atau telepon, ataupun kesadaran mendukung atau menjadi bagian dari suatu kelompok.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA