

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang rangkaian konsep dan teori yang mendukung Perancangan Media Promosi berupa Desain Website Euphoria Hotel Bali sebagai Grup PT. Centro Media Indonesia. Adapun teori tersebut adalah :

2.1 Portal Berita Online

2.1.1 Definisi Berita

Menurut wikipedia, Berita adalah informasi baru atau informasi mengenai sesuatu yang sedang terjadi, disajikan lewat bentuk cetak, siaran, Internet, atau dari mulut ke mulut kepada orang ketiga atau orang banyak. Laporan berita merupakan tugas profesi wartawan, saat berita dilaporkan oleh wartawan laporan tersebut menjadi fakta/ide terkini yang dipilih secara sengaja oleh redaksi pemberitaan/media untuk disiarkan dengan anggapan bahwa berita yang terpilih dapat menarik khalayak banyak karena mengandung unsur-unsur berita.

Dikutip dari Buku "Dasar-Dasar Jurnalistik" A.M. Hoeta Soehoet. Berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidupnya.

2.1.2 Jenis-jenis Berita

1. Straight News

Berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat dan lugas. Sebagian besar halaman depan surat kabar berisi berita jenis ini. jenis berita Straight News dipilih lagi menjadi dua macam :

- a. Hard News, yakni berita yang memiliki nilai lebih dari segi aktualitas dan kepentingan
- b. Soft News, nilai beritanya di bawah Hard News dan lebih merupakan berita pendukung.

2. Depth News

Berita mendalam, dikembangkan dengan pendalaman hal-hal yang ada di bawah suatu permukaan.

3. Investigation News

Berita yang dikembangkan berdasarkan penelitian atau penyelidikan dari berbagai sumber.

4. Interpretative News

Berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penelitian penulisnya/reporter.

5. Opinion News

Berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, sarjana, ahli, atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa dan sebagainya.

2.1.3 Bagian Berita

1. **Headline**

Biasa disebut judul. Sering juga dilengkapi dengan anak judul. Ia berguna untuk: menolong pembaca agar segera mengetahui peristiwa yang akan diberitakan; menonjolkan satu berita dengan dukungan teknik grafika.

2. **Deadline**

Ada yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Ada pula yang terdiri atas nama media massa, tempat kejadian dan tanggal kejadian. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tempat kejadian dan inisial media.

3. **Lead**

Lazim disebut teras berita. Biasanya ditulis pada paragraph pertama sebuah berita. Ia merupakan unsur yang paling penting dari sebuah berita, yang menentukan apakah isi berita akan dibaca atau tidak. Ia merupakan sari pati sebuah berita, yang melukiskan seluruh berita secara singkat.

4. **Body**

Body atau tubuh berita. Isinya menceritakan peristiwa yang dilaporkan dengan bahasa yang singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian body merupakan perkembangan berita.

2.1.4 Unsur-unsur Berita

Dalam Berita Harus terdapat unsur-unsur 5W 1H yaitu :

- (a) What - apa yang terjadi di dalam suatu peristiwa?
- (b) Who - siapa yang terlibat di dalamnya?
- (c) Where - di mana terjadinya peristiwa itu?
- (d) When - kapan terjadinya?
- (e) Why - mengapa peristiwa itu terjadi?
- (f) How - bagaimana terjadinya?
- (g) What next - terus bagaimana?

2.1.5 Media Online

Media dapat diartikan dengan saluran atau alat, sedangkan online istilah bahasa dalam internet yang artinya sebuah informasi yang dapat diakses dimana saja selama ada jaringan internet.

Sudiana (2000) dalam Nurliati (2001) yang dikutip oleh Vini Winarti Halim dalam skripsinya (2006:26), mendefinisikan media online sebagai media pemberitaan yang terbit secara online di internet.

Menurut buku *Jurnalistik Terapan* yang ditulis oleh Syarifudin Yunus (2010: 27) mengatakan, *Media online* yaitu media internet, seperti *website*, blog, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. *Mediaonline* merupakan pemain baru dalam kancah pers Indonesia, menurut beberapa sumber *media online* di Indonesia telah tumbuh sejak tahun 1994.

2.2 Perancangan

Menurut Pressman (2010), Perancangan adalah langkah pertama dalam fase pengembangan rekayasa produk atau sistem. Perancangan itu adalah proses penerapan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik. (Taylor, 1959 dlm Pressman, 2001). Menurut Sardi (2004:27), Perancangan merupakan penggambaran, perencanaan, pembuatan sketsa dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan berfungsi.

2.3 Media Promosi

2.3.1 Definisi Media

Media berasal dari bahasa Latin *medius*, secara harfiah memiliki arti tengah, perantara, atau pengantar. Dalam sebuah website dijelaskan bahwa Gerlach dan Ely (1971) mengatakan: “media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan sikap.

Media menurut pengertian kamus adalah sebuah alat, sarana komunikasi, penghubung, atau yang terletak diantara dua pihak.. AECT (*Association for Education and Communication Technology*) dalam Harsono (2002) memaknai media sebagai suatu bentuk yang dimanfaatkan dalam proses penyaluran informasi.

2.3.2 Definisi Promosi

Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan (*to remind*), orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, individu, ataupun rumah tangga (Evans, 1994). Menurut, Mc-Daniel (2001) dalam (Sudayat, Pengertian Promosi, 2012) “Promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk dan mengingatkan para calon pembeli suatu produk dalam rangka mempengaruhi pendapat mereka atau memperoleh respon”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk menawarkan atau menginformasikan sebuah produk yang dipasarkan sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan dapat menarik perhatian konsumen.

2.3.3 Definisi Media Promosi

Menurut Swastha (rangkuti, 1991:49) Promosi berasal dari kata promote dalam bahasa inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omzet penjualan (Rangkuti,1991:49). Menurut Swastha (1991) promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk /jasa /image /perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampainnya kurang bisa diukur dan diperkirakan.

2.4 Periklanan

Menurut Monlee lee dan Carla johnson, Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan ke suatu khalayak target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, direct mail (pengeposan langsung), reklame luar, atau kendaraan umum. (lee, monle & carla johnson. *Prinsip – prinsip pokok periklanan dalam perspektif global* : 3).

Menurut institute praktisi periklanan Inggris dalam Jefkins (1996:5), “Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasive yang diarahkan kepada (calon) konsumen yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan dengan biaya yang paling ekonomis”.

Menurut Kotler (1997:236) “Periklanan adalah segala bentuk penyajian non-personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembiayaan”.

Periklanan adalah komunikasi komersil dan nonpersonal tentang sebuah organisasi dan produk-produknya yang ditransmisikan kesuatu khalayak, target melalui media bersifat massal seperti televisi, radio, koran, majalah, pengeksposan langsung, reklame luar ruang, atau kendaraan umum (Lee, 2007). Pada dasarnya lambang yang digunakan dalam iklan terdiri dari dua jenis yaitu verbal dan non verbal. Lambang verbal adalah bahasa yang kita kenal, lambang non verbal adalah bentuk dan warna yang disajikan yang tidak secara meniru rupa atas bentuk realitas.

2.5 Desain Website

2.5.1 Definisi Website

Secara terminologi, website adalah kumpulan dari halaman - halaman situs, yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam World Wide Web (WWW) di dalam Internet. Semua publikasi dari website tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Menurut Budi Irawan dalam buku Jaringan Komputer, Website merupakan tempat penyimpanan data dan informasi dengan berdasarkan topik tertentu. Diumpamakan situs web ini adalah sebuah buku yang berisi topik tertentu. Website atau Situs Web juga merupakan kumpulan dari halaman-halaman web yang saling berkaitan didalam website tersebut.

Website juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink).

Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti Friendster, Multiply, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik.

[<http://deeyaan.blogspot.com/>]

2.5.2 Macam-macam Jenis Website

Menurut blog yang telah ditulis oleh Rachmat Hidayat, Seiring dengan berkembangnya teknologi internet, baik teknologi browser dan program untuk membangun website serta teknologi alat untuk mengakses internet itu sendiri, maka jenis website pun semakin beragam dan semakin kompleks, diantaranya adalah :

1. Search Engine atau Mesin Pencarian

Search Engine atau mesin pencari adalah website yang khusus mengumpulkan semua daftar link dan konten seluruh website yang bisa ditemukan di internet dalam indeks mereka kemudian menampilkan daftar indeks ini berdasarkan kata kunci atau “keywords” yang sesuai yang dicari oleh user. Beberapa contoh search engine antara lain : Google Search, Bing, Yahoo Search dan lain-lain.

2. Web Portal

Web Portal adalah situs yang mengumpulkan dan menyediakan aneka informasi dari berbagai sumber untuk ditampilkan kepada user, jika user tertarik untuk mengetahui informasi yang ada dengan lebih lengkap, user akan diarahkan ke sumber yang aslinya.

Namun pada umumnya web portal tidak hanya menampilkan informasi dari sumber luar, kadang mereka juga menampilkan informasi-informasi dalam website mereka sendiri. Beberapa contoh web portal antara lain : Yahoo, msn, msnbc dan lain-lain.

3. Wiki

Website wiki yang paling terkenal saat ini adalah wikipedia. Website wiki adalah website yang mengizinkan pengunjung untuk ikut menulis dan mengedit artikel yang ada dalam website tersebut dengan peraturan-peraturan tertentu. Masing-masing website wiki memiliki aturan yang berbeda-beda. meskipun semua pengunjung bebas untuk menulis dan mengedit artikel di website ini, namun ada sekelompok orang yang bertugas untuk memeriksa konten yang dimuat apakah layak atau tidak untuk website tersebut.

4. Archieve Site

Archieve site atau situs arsip adalah website yang dibuat untuk mengumpulkan dan menyimpan materi-materi elektronik berupa konten-konten dan halaman-halaman website agar tidak hilang/punah. Contohnya archieve.org dan google groups.

5. Social Network

Social networking termasuk salah satu fenomena yang luar biasa hingga saat ini, khususnya diwakili oleh Facebook. situs social networking atau situs pertemanan online adalah situs yang disediakan bagi para membersya untuk bertukar informasi dan media elektronik lainnya seperti foto, musik dan video.

Beberapa situs social networking yang terkenal sebelum fenomena Facebook dan Twitter antara lain Multiply, Friendster dan MySpace. Setelah tergusur Facebook dan Twitter, Friendster saat ini telah mengubah konsep sebagai situs game online dan Multiply yang tadinya mengusung konsep social networking dalam bentuk blog, kini lebih mengutamakan fitur portal toko online.

6. Forum

Forum termasuk salah satu jenis website yang pernah menjamur di Indonesia. Apalagi sejak fenomena KasKus sebagai forum no 1 dan juga website dengan pengunjung terbanyak di Indonesia. Forum dibuat untuk ajang diskusi dan tukar informasi. Ada yang spesifik ada juga yang bersifat umum, dan dalam forum ini terdapat sub-sub forum berdasarkan kategori-kategori tertentu yang ditetapkan oleh admin.

Software pembuat forum yang terkenal adalah vBulletin, yang digunakan oleh kaskus dan banyak forum-forum internet lainnya. Sedangkan beberapa forum gratisan dan open-source antara lain : yabb, vanilla, SMF, phpbb dan lain-lain. Sedangkan contoh website forum antara lain Kaskus, Modifikasi, detik Forum dan lain-lain.

7. News Site

News site atau situs berita adalah situs yang memuat berita-berita dan artikel-artikel untuk dibaca pengunjung. Bisa juga berisi opini dan komentar-komentar seputar politik, teknologi dan lain-lain. Situs-situs berita ini seperti layaknya koran, majalah dan buletin online. Beberapa contoh situs berita adalah detik, kompas, cosmopolitan dan lain-lain.

8. Social Bookmarking

Social bookmarking adalah situs yang memungkinkan user untuk memasukan informasi atau sumber informasi artikel-artikel tertentu untuk dibaca atau di-rating dan dikomentari oleh user lainnya. Situs jenis ini sering digunakan oleh pemilik situs berita, blog dan situs-situs lainnya untuk mempromosikan konten situs mereka. Beberapa situs social bookmarking yang terkenal adalah Lintas Berita, Digg dan stumbleupon.

9. Media Sharing

Situs ini khusus disediakan bagi user untuk meng-upload media-media elektronik seperti gambar, musik dan video agar dapat dilihat atau di download oleh pengunjung lain. Contohnya adalah Youtube, Flickr, Imageshack dll.

10. Company Profile

Company profile biasanya berupa website sederhana untuk menampilkan profil dan produk atau jasa serta portfolio sebuah perusahaan. Website jenis ini hanya untuk memperkenalkan profil perusahaan meskipun juga dapat menjadi alat promosi jika dikelola dengan benar. Selain profil, produk dan portfolio berupa konten teks dan foto atau video, fitur form kontak termasuk yang penting dalam website ini agar pengunjung dapat dengan mudah menghubungi perusahaan pemilik website jika mereka memerlukan produk atau jasa perusahaan tersebut.

Namun belakangan ini situs Company Profile semakin berkembang dengan menambahkan fitur-fitur tertentu seperti artikel-artikel terkait, bahkan forum diskusi. Tujuannya adalah untuk memperbanyak konten dan menjaring pengunjung lebih banyak. Contoh website company profile antara lain : Remax Capital, Pratama Jaya Jasa dan lain-lain.

11. Corporate Website

Berbeda dengan company profile, Corporate Website biasanya lebih kompleks. Website ini berisi informasi lengkap dari latar belakang hingga kegiatan-kegiatan suatu perusahaan, organisasi atau yayasan sosial baik yang bersifat profitable ataupun non-profit.

Informasi-informasi dalam corporate website bisa berupa profile perusahaan/organisasi, latar belakang, visi dan misi, daftar founder dan pengurus, informasi investor dan klien hingga laporan keuangan, afiliasi dan lain-lain serta artikel-artikel dan berita-berita yang terkait dengan kegiatan perusahaan/organisasi tersebut. Contoh corporate website antara lain, Pertamina, General Motors dan lain-lain.

12. Brand Building Website

Brand Building Website dibuat untuk memperkenalkan serta membangun image sebuah brand. Yang paling menonjol dari website seperti ini adalah konsep untuk menyampaikan pesan sesuai dengan image yang akan dibangun. Brand Building website sering dimanfaatkan oleh produk-produk fast moving consumer goods misalnya groseri, soft drinks, snack dan lain-lain.

13. Online Store

Online store atau toko online sudah jelas peruntukannya adalah untuk menjual barang secara online. Fitur-fitur utama online store adalah katalog produk dengan informasi yang lengkap serta shopping cart, yaitu fitur untuk pengunjung untuk melakukan pemesanan produk secara online.

Menjamurnya online store di internet memicu munculnya banyak software open source untuk membangun online store. Diperlukan waktu untuk menguasai penggunaan software. Belum lagi harus mengerti tentang cara hosting dan mengatur konfigurasi hosting.

14. Katalog atau Portfolio Online

Katalog/portfolio online hampir mirip dengan online store, hanya jenis website ini lebih mengutamakan katalog atau portfolio dengan informasi lengkap bagi pengunjung tanpa ada fitur transaksi online. Jika pengunjung tertarik dengan produk-produk atau jasa yang ditawarkan, diharapkan pengunjung akan langsung menghubungi pemilik website untuk melakukan pemesanan atau negosiasi.

15. Blog

Blog adalah sebuah website yang berbentuk seperti jurnal atau diari online. Biasa digunakan seorang blogger untuk mengeskpresikan pemikiran dan opini-opininya. Bisa juga artikel-artikel seputar kegiatan blogger. Bisa berisi tulisan maupun media gambar, video dan lainnya.

Setiap artikel biasanya disertai kolom komentar dimana pengunjung blog bisa meninggalkan komentar atau berdiskusi

mengenai artikel yang ditulis. Blog juga dianggap sebagai salah satu social media karena para blogger biasanya saling berinteraksi melalui blog. Blog juga sangat cocok digunakan bagi profesional yang ingin menjual jasa berdasarkan keahlian yang mereka miliki, misalnya fotografer, konsultan, fashion stylist hingga artis. Menggunakan blog mereka dapat menulis artikel-artikel terkait seputar keahlian mereka atau kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan portfolio.

2.5.3 Pemanfaatan Website

Di tengah kecanggihan teknologi sekarang ini yang semakin maju dan berkembang, sebuah website ternyata memberikan berbagai macam manfaat, berikut ini adalah manfaat yang diberikan website bagi kehidupan sehari-hari :

1. Media Interaksi

Janganlah takut untuk berinteraksi, karena dengan adanya website seseorang bisa mengenal berbagai macam jenis orang dan juga berteman dengan siapa saja.

2. Media Promosi

Banyak orang-orang yang melakukan promosi dengan menggunakan website salah satunya adalah advertising agency, ya perusahaan iklan memakai website untuk mengiklankan klien-kliennya agar menjadi lebih terkenal oleh masyarakat.

3. Sumber Daya Tanpa Lelah

Website bekerja full yaitu 24 jam sehari, 7 hari dalam seminggu, 345 hari dalam setahun. Secara terus menerus website akan bekerja tanpa adanya istirahat bahkan ketika anda tidur, website tetap berjalan.

4. Media Untuk Terkenal

Banyak website-website yang membantu anda terkenal sebut saja Youtube, dengan mengupload berbagai macam video dan secara tidak langsung maka video anda tersebut akan ditonton oleh masyarakat sehingga menjadi trend otomatis akan membawa anda ke dalam sebuah kata tenar.

5. Tempat hiburan terlengkap

Website merupakan sarana hiburan yang paling banyak, karena disana anda bisa mencari apa saja seperti mendengarkan musik, mencari gambar, foto-foto, atau apa saja tersedia di website.

6. Informan terlengkap

Website merupakan sebuah tempat yang bisa dijadikan tertampungnya berbagai macam berita, segala jenis berita terdapat di website mulai dari gosip, berita olahraga, luar negeri, dll. Website juga merupakan informan paling cepat karena langsung di tulis berbeda dengan televisi yang menunggu jam tayang berita.

2.5.4 Definisi Desain

Desain yang kita pakai berasal dari bahasa Inggris, design. Sementara aslinya berasal dari bahasa Latin, “designare” kemudian Italia “disegno”. Menurut John A Walker dalam Design History and History of Design (1989) kata Italia ‘disegno’ yang dalam arti praktis berarti gambar mengalami perluasan makna sejak masa Renaisans. Disegno oleh ahli teori dan sejarah desain seperti Vasari dianggap sebagai dasar bagi seluruh seni rupa (visual arts).

Pada dasarnya desain merupakan pola rancangan yang menjadi dasar pembuatan suatu benda. Pada saat pembuatan desain biasanya mulai memasukkan unsur berbagai pertimbangan, perhitungan, cita rasa, dll. Sehingga bisa dibilang bahwa sebuah desain merupakan bentuk perumusan dari berbagai unsur termasuk berbagai macam pertimbangan di dalamnya.

2.5.5 Definisi Desain Website

Menurut buku Panduan Praktis Menggunakan Fasilitas Internet (2004:194), Desain website adalah teknik desain materi dan tampilan halaman pada sebuah situs internet. Pengertian Desain Web atau definisi Desain Web adalah jenis desain grafis yang ditujukan untuk pengembangan dan styling obyek lingkungan informasi Internet untuk menyediakan dengan fitur konsumen high-end dan kualitas estetika.

Desain web adalah seni dan proses dalam menciptakan halaman web tunggal atau keseluruhan dan bisa melibatkan estetika dan seluk beluk mekanis dari suatu operasi situs web walaupun yang utama memusatkan pada tampilan dan cita rasa. Sedangkan aspek yang mencakup pada desain web antara lain menciptakan animasi dan grafik, pemilihan warna, grafik dan font.

Hal yang harus dikuasai oleh seorang web designer :

1. Penguasaan cita rasa seni.
 - a. Mengeksplorasi Imajinasinya dan menggali cita rasa seninya yang dituangkan dalam halaman web.
 - b. Mampu memilih warna yang baik dan memadukannya dengan warna yang lain sehingga menciptakan paduan warna yang serasi.
 - c. Mampu membuat bentuk atau sketsa yang baik dari bentuk halaman web.
 - d. Mampu menggabungkan imajinasi atau ide original dan menggabungkannya dari pihak client.
 - e. Mampu menempatkan komponen multimedia pada bagian-bagian tertentu sehingga halaman web lebih menarik.
2. Penguasaan tool pendukung perancangan web.
3. Penguasaan membuat Interface.
4. Penguasaan Bahasa pemrograman.

2.5.6 Tujuan Desain Website

Website merupakan salah satu sarana atau media promosi dalam bidang pemasaran yang ditampilkan secara online melalui halaman internet dan berbentuk gambar serta tulisan. Desain website yang menarik bertujuan untuk :

- Memberikan tampilan yang menarik bagi pengunjung
- Mempromosikan produk/jasa.
- Memberikan informasi secara lengkap tentang perusahaan
- Membuat pengunjung tertarik dan nyaman untuk mengunjungi perusahaan

2.6 Desain

2.6.1 Elemen – Elemen Dasar Desain

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain karena elemen-elemen tersebut saling berhubungan dan masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lainnya. Elemen-elemen visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar prinsip-prinsip desain.

Menurut Rakhmad Supriyono dalam buku Desain Komunikasi Visual, dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan, diantaranya:

1. Garis

Secara sederhana, garis dapat dimaknai sebagai jejak dari suatu benda. Garis tidak memiliki kedalaman (depth), hanya memiliki ketebalan dan panjang. Garis dikenal sebagai goresan atau coretan, dan batas limit suatu bidang atau warna. Oleh karena itu, garis disebut elemen satu dimensi.

Ciri khas dari garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis memiliki fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata. Wujud garis sangat bervariasi dan dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan dan citra yang diinginkan. Garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal. Garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes. Garis zig zag terkesan keras dan dinamis. Garis tak beraturan punya kesan fleksibel dan tidak formal. Berbagai macam garis tersebut dapat digunakan untuk merepresentasikan citra produk, jasa, korporasi atau organisasi.

2. Bidang

Elemen grafis yang kedua adalah bidang (shape). Segala bentuk apapun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar disebut bidang. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris (lingkaran, segitiga, segiempat, ellips, setengah lingkaran, dll.) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan.

Bidang geometris memiliki kesan formal. Dan sebaliknya, bidang-bidang non-geometris atau bidang yang tidak beraturan memiliki kesan yang tidak formal, santai dan dinamis. Pengertian bidang grafis dalam desain grafis tidak sebatas itu saja.

Area kosong di antara elemen-elemen visual dan space yang mengelilingi foto, bisa pula disebut bidang. Bidang kosong bahkan dapat dianggap sebagai elemen desain, seperti halnya garis, warna, bentuk dan sebagainya. Sama seperti garis, pemberian bidang kosong dimaksudkan untuk menambah kenyamanan baca (legibility) dan menimbulkan minat atau gairah membaca.

3. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain, karena akan membuat suatu komposisi desain tampak lebih menarik. Tetapi apabila pemakaian warna kurang tepat maka dapat merusak citra, mengurangi nilai keterbacaan dan bahkan dapat menghilangkan gairah baca. Jika dapat menggunakan warna dengan tepat dapat membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara.

4. Gelap-terang

Perbedaan nilai gelap-terang dalam desain grafis disebut *value*. Salah satu cara untuk menciptakan kemudahan baca adalah dengan menyusun unsur-unsur visual secara kontras gelap-terang. Kontras *value* dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi.

Penggunaan warna-warna yang kurang kontras memberi kesan dinamis, energik, riang, dramatis dan bergairah. Secara umum, kontras gelap-terang memiliki kemudahan baca lebih tinggi dibandingkan kontras warna (*hue*).

5. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba atau halus-kasarnya permukaan benda. Dalam dunia seni rupa, khususnya desain grafis, tekstur dapat bersifat nyata dan dapat pula tidak nyata (tekstur semu). Tekstur dalam desain komunikasi visual lebih cenderung pada tekstur semu, yaitu kesan visual dari suatu bidang. Tekstur sering digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras.

2.6.2 Prinsip-Prinsip Desain

Dalam buku Nirmana Dwimatra (Drs. Arfial Arsad Hakim, 1984) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan *simetris* yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan *asimetris* yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs website. Keseimbangan simetris mempunyai kesan kokoh dan stabil, sesuai untuk citra tradisional dan konservatif. Sedangkan Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lain-lain. Keseimbangan tampak lebih dinamis, variatif, surprise dan tidak formal.

2. Irama atau ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran atau posisi.

3. Penekanan atau Fokus

Penekanan atau penonjolan objek ini bisa dilakukan dengan cara antara lain dengan menggunakan warna mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat paling besar, menggunakan huruf serif ukuran besar, arah diagonal dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen lain.

Dalam seni rupa, khususnya desain komunikasi visual, dikenal istilah *focal point*, yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan untuk menarik perhatian. *Focal point* juga sering disebut *center of interest*, pusat perhatian.

4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Jurus pungkasan dari desain komunikasi visual adalah kesatuan. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya. Menciptakan kesatuan pada desain yang hanya memiliki satu muka, seperti poster dan iklan, relatif lebih mudah dibandingkan bentuk buku atau folder yang memiliki beberapa halaman.

2.6.3 Warna

Menurut Russel, 1992, salah satu yang paling serbaguna untuk sebuah desain adalah warna. Warna dapat menarik perhatian dan membantu menciptakan sebuah mood (suasana hati). Bergantung pada daya tarik suatu karya, warna dapat digunakan dengan beberapa alasan berikut :

1. Warna merupakan sebuah alat untuk mendapat perhatian.
2. Warna dapat menyoroti unsur-unsur khusus secara realistis dalam warna.
3. Warna memiliki bahasa psikologis yang menyusun mood karya tersebut.

Warna merupakan unsur yang sangat penting dalam Desain. Warna memegang peranan penting dalam Desain Grafis. Penggunaan dan pemilihan warna yang tepat dapat memberikan kesan yang baik, bahkan bisa menjadi desain yang kita buat berubah sebagai karya yang luar biasa, oleh karena itu kita harus mengerti arti warna.

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak akan dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton.

Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat spectrum warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma. Hal tersebut ditulis oleh Prisma Haris Nuryawan dalam bukunya. (Kombinasi Warna Komplementer.2009:101)

Warna dapat dikelompokkan menjadi beberapa kelompok warna yaitu :

1. Warna Primer menurut teori warna pigmen dari Brewster adalah warna-warna dasar. Warna-warna lain dibentuk dari kombinasi warna-warna primer. Warna merah, biru, kuning adalah warna primer yang dikenal dan dipakai dalam dunia seni rupa.
2. Warna Sekunder adalah warna yang dihasilkan dari campuran dua warna primer dalam sebuah ruang warna. Contohnya seperti, Merah + Hijau = Kuning, Merah + Biru = Magenta dan Hijau + Biru = Cyan.
3. Warna Netral, adalah warna-warna yang tidak lagi memiliki kemurnian warna atau bukan merupakan warna sekunder maupun primer.
4. Warna kontras atau komplementer adalah warna yang berkesan berlawanan satu dengan yang lainnya. Contoh warna kontras adalah merah dengan hijau, kuning dengan ungu dan biru dengan jingga.

5. Warna Panas adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna ini menjadi simbol riang, semangat, marah, dll.
6. Warna dingin adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini menjadi simbol kelembutan, sejuk, nyaman, dll.

Mengingat pentingnya warna maka mari kita mengetahui arti-
arti warna dalam desain grafis / desain logo :

- Kuning : matahari, cahaya, kejayaan dan keluhuran budi
- Merah : api, semangat dan keberanianm bahaya, keamanan
- Biru : kejujuran, ketekunan, kedamaian, ketenangan, kepercayaan,
- Hijau : uang, keberuntungan, keindahan, menyejukkan
- Putih : lambang kesucian dan kejujuran, kesopanan
- Oranye : optimisme dan dinamika
- Hitam : berwibawa, elegan

2.6.4 Typografi

Dalam dunia desain, tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi dengan menggunakan huruf cetak. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat bukan saja bisa berarti suatu makna yang mengacu pada suatu objek tetapi juga memiliki suatu citra ataupun kesan secara visual.

Dalam buku pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi Kusrianto, 191) Lazlo Maholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu tipografi harus bisa berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas, dan terbaca (legibility).

Eksekusi terhadap desain tipografi dalam merancang grafis pada aspek legibility akan mencapai hasil yang baik bila melalui proses investigasi terhadap makna naskah, alasan kenapa naskah berlu dibaca, dan siapa yang membacanya.

2.6.5 Layout

Dalam sebuah website (<http://library.binus.ac.id>) Definisi layout adalah sebagai penataletakan atau pengorganisasian dari beberapa unsur desain agar teratur dan tercipta hirarki yang baik guna mendapatkan dampak yang kuat dari orang yang melihat (Kamus Istilah Periklanan, Materi Advertising).

Proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi seperti tesk, garis, bidang, gambar, dan sebagainya. Hal-hal yang harus jelas pada layout adalah:

1. Huruf dan ukurannya
2. Bentuk, ukuran, dan komposisi
3. Warna
4. Ukuran kertas cetak (bila dicetak)

Dalam sebuah website (<http://faculty.petra.ac.id/>) disebutkan bahwa terdapat tiga kriteria sebuah layout dapat dikatakan baik, yakni: mencapai tujuan, ditata dengan baik, dan menarik pengguna.

Sebuah layout dapat bekerja dan mencapai tujuannya bila pesan-pesan yang disampaikan dapat segera ditangkap dan dipahami oleh pengguna dengan cara-cara tertentu.

Dalam layout terdapat beberapa unsur penting, diantaranya: huruf/tipografi, kata, baris, kolom, garis, ornamen, gambar, foto, dan warna. Untuk pemilihan image yang akan ditampilkan dalam sebuah layout dapat melakukan pendekatan melalui target audience yang akan melihat layout tersebut.

Prinsip-prinsip sebuah layout:

a. Balance (seimbang)

Merupakan keseimbangan yang membantu menentukan ukuran dan perauran setiap bagian dalam layout.

b. Rhythm (irama)

Merupakan bentuk yang dihasilkan dengan melakukan pengulangan elemen secara bervariasi.

c. Emphasis (tidak berat)

Dalam upaya menarik perhatian pembaca, setiap pesan pada layout harus memiliki daya tarik yang tinggi, agar khalayak yang melihatnya tidak cepat berpaling.

d. Unity (kesatuan)

Keseluruhan elemen pada sebuah layout harus saling memiliki kesatuan satu sama lainnya.

Frank F. Jefkin (1997) menyebutkan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya adalah:

- a. *The Law of Variety* : sebuah layout harus dibuat bervariasi untuk menghindari kesan monoton.
- b. *The Law of Balance* : dalam sebuah layout mata pembaca sebaiknya bergerak secara wajar, jadi sebaiknya dimulai dengan urutan yang ada.
- c. *The Law of Harmony* : bagian dari layout sebaiknya dirancang secara harmonis dan tidak meninggalkan kesan monoton.
- d. *The Law of Scale* : paduan warna terang dan gelap akan menghasilkan sesuatu yang kontras, hal ini dapat dipakai untuk memberikan tekanan pada bagian-bagian tertentu pada layout.

2.7 JPEG Making

Joint Photographic Experts Group (JPEG) merupakan skema kompresi file bitmap. Awalnya, file yang menyimpan hasil foto digital memiliki ukuran yang besar sehingga tidak praktis. Dengan format baru ini, hasil foto yang semula berukuran besar berhasil dikompresi (dimampatkan) sehingga ukurannya kecil. Umumnya file-file yang berformat JPEG menggunakan ekstensi .jpeg, .jpg, .jpe, .jfif, .jif. (id.wikipedia.org)

Keunggulan dari format JPEG adalah :

1. Bersama dengan GIF, JPEG adalah salah satu dari dua standar format file gambar yang digunakan dalam halaman-halaman web, dan memang tepat digunakan untuk gambar-gambar yang melibatkan representasi gambar berkualitas fotografi.
2. Dalam penggunaan untuk web, JPEG dapat disimpan dalam varian progresif yang memungkinkan untuk melakukan proses dekompresi secara perlahan dari suatu tampilan kasar sampai ke detail tampilan yang tertinggi. Video digital dapat juga disimpan dalam format JPEG menggunakan standar M-JPEG (motion JPEG) yang didukung oleh banyak perangkat keras CODEC.
3. Keuntungan lain format JPEG adalah dapat diterima pada hampir semua program-program komputer, baik yang berbasis Windows maupun Apple Macintosh. Format JPEG tentu saja dapat diterima pada perangkat lunak Powerpoint, Word, Excel, dan sebagainya.

2.8 PSD Making

Format file ini merupakan format asli dokumen Adobe Photoshop. Format ini mampu menyimpan informasi layer dan alpha channel yang terdapat pada sebuah gambar, sehingga suatu saat dapat dibuka dan diedit kembali. Format ini juga mampu menyimpan gambar dalam beberapa mode warna yang disediakan Photoshop.

Adobe Photoshop, atau biasa disebut Photoshop, adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (market leader) untuk perangkat lunak pengolahan gambar/foto, dan, bersama Adobe Acrobat, dianggap sebagai produk terbaik yang pernah diproduksi oleh Adobe Systems.

2.8.1 Format File

Photoshop memiliki kemampuan untuk membaca dan menulis gambar berformat raster seperti .png, .gif, .jpeg, dan lain-lain. Photoshop juga memiliki beberapa format file khas:

1. .PSD (Photoshop Document) format yang menyimpan gambar dalam bentuk layer, termasuk teks, mask, opacity, blend mode, channel warna, channel alpha, clipping paths, dan setting duotone. Kepopuleran photoshop membuat format file ini digunakan secara luas, sehingga memaksa programer program penyunting gambar lainnya menambahkan kemampuan untuk membaca format PSD dalam perangkat lunak mereka.
2. .PSB' adalah versi terbaru dari PSD yang didesain untuk file yang berukuran lebih dari 2 GB

.PDD adalah versi lain dari PSD yang hanya dapat mendukung fitur perangkat lunak PhotshopDeluxe.