

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Desain**

##### **2.1.1 Definisi Desain**

Desain merupakan dimensi yang unik dari sebuah produk dimensi ini banyak memberikan aspek emosional yang tinggi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Desain selalu berubah mengikuti zaman, harga dan teknologi tidaklah cukup dalam memberikan kepuasan bagi konsumen jika produk tersebut tidak memiliki nilai emosional yang tinggi. Desain merupakan faktor yang sering menjadi keunggulan perusahaan.

Suyanto (2007 : 112) menyatakan bahwa “ Desain merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi cara penampilan dan fungsi suatu produk dalam hal kebutuhan pelanggan. Masalah desain dari suatu produk telah menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari manajemen khususnya team pengembangan produk baru karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mempersoalkan masalah desain suatu produk agar mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Desain merupakan sebuah rancangan atau aransemen dari elemen formal karya seni, sebuah ekspresi seniman dalam berkarya yang mengkomposisikan berbagai elemen dan unsur yang mendukung (Susanto, 2011). Desain juga merupakan aktivitas menata unsur-unsur karya seni yang memerlukan pedoman

azas-azas desain seperti unity, balance, rhythm dan proporsi. Desain juga mempunyai beberapa komponen visual seperti garis, warna, bentuk, tekstur, value. Desain pada saat-saat tertentu memang telah dianggap sebuah karya seni yang telah selesai, hal ini tergantung pada persoalan konsep penciptanya sendiri. Ini semua juga terkait dengan desain grafis dimana sebuah rancangan maupun karya desain yang menggunakan media, untuk kepentingan dalam mengkomunikasikan informasi tertentu dalam bentuk visual, hal ini berguna untuk kepentingan promosi, dekorasi, iklan dalam sebuah perusahaan (Susanto, 2011: 102).

.Desain atau design itu sendiri, jika diartikan dari bahasa inggris ke Indonesia, berarti rancangan, konstruksi, tujuan, perencanaan. Dan artinya adalah, bahwa desain merupakan wujud dari sebuah ide, konsep, strategi dan eksekusi. Ini artinya adalah, bahwa desain melibatkan proses, proses membutuhkan waktu, dan waktu sangat menguras tenaga, baik fisik maupun non-fisik. Oleh karena itu, desain bukan sesuatu hal yang mudah, dan instan. Didalam sebuah proses desain, melibatkan banyak hal sebelum berakhir menjadi suatu bentuk maupun wujud, yang diantaranya adalah observasi, pengumpulan data, analisa, konseptualisasi, strategi, dan eksekusi. Dan itulah kenapa jasa desain berharga relatif mahal sesuai dengan tingkat kesulitan dan prosesnya.

### 2.1.2 Unsur Desain

Dalam sebuah desain terdapat beberapa unsur atau elemen yang diperlukan, diantaranya:

a. Titik

Titik merupakan salah satu unsur visual yang dimensi memanjang dan melebarnya dianggap tidak berarti. Titik merupakan bagian kecil dari garis, karena pada dasarnya suatu garis dibentuk oleh adanya hubungan titik-titik yang sangat dekat.

b. Garis

Garis dikenal sebagai goresan atau coretan, dan batas limit suatu bidang atau warna. Ciri khas dari garis adalah terdapatnya arah serta dimensi memanjang. Garis memiliki fungsi tertentu yang pada dasarnya digunakan untuk mengarahkan gerakan mata. Garis terdiri dari empat macam, yakni garis vertical, horizontal, diagonal, dan garis yang berbentuk gelombang.

c. Bidang

Bidang merupakan unsure visual yang berdimensi panjang dan lebar. Bidang bisa dihadirkan dengan menyusun titik maupun garis dalam kepadatan tertentu, serta dengan mempertemukan potongan hasil goresan serta garis.

d. Ruang

Ruang lebih mengarah pada perwujudan tiga dimensi sehingga ruang dapat dibagi dua, yaitu ruang nyata dan semu.

e. Warna

Warna merupakan elemen desain yang sangat berpengaruh terhadap desain, karena akan membuat suatu komposisi desain tampak lebih menarik.

f. Tekstur

Tekstur adalah nilai raba dari suatu permukaan. Pengertian lain menyebutkan bahwa tekstur merupakan gambaran dari suatu permukaan benda. Dalam penerapannya tekstur dapat berpengaruh terhadap unsur visual lainnya, yaitu kejelasan titik, kualitas garis, keluasan bidang dan ruang serta intensitas warna.

### 2.1.3 Prinsip Desain

Prinsip dasar desain merupakan prinsip keseimbangan, prinsip titik focus, prinsip pirama, dan prinsip kesatuan. Prinsip – prinsip ini harus di ketahui untuk menghasilkan desain grafik yang baik untuk tampilan multimedia.

a. Prinsip keseimbangan

Keseimbangan atau balance adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek dibagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada 2 macam bentuk keseimbangan, yaitu :

- Keseimbangan sinetris (mempunyai berat dan terbagi sama pada tiap tiap bagian).
- Keseimbangan asimetris (mempunyai keseimbangan yang tersembunyi dan tidak terbagi sama).

b. Prinsip titik focus

Pusat perhatian, di dalam bentuk desain tersebut harus ada sesuatu yang menjadi pusat perhatian (Point Of Interest).

c. Prinsip irama

Irama adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. 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.

d. Prinsip kesatuan

Kesatuan dalam hal ini adalah suatu bentuk yang unsur-unsurnya mempunyai saling hubungan.

Bentuk yang kita maksud dapat di capai dengan cara sbb :

- Di dalam bentuk tersebut harus ada kontras, berlaku untuk semua unsur (goresan, irama, warna, teksture, dsb)
- Peralihan di harapkan di dalam bentuk itu juga ada peralihan dari unsur – unsur bentuknya supaya tidak tampak kaku.
- Selingan /variasi di samping ada pengulangan – pengulangan supaya tidak menjemukan harus ada selingan / variasi.

## 2.2 Warna

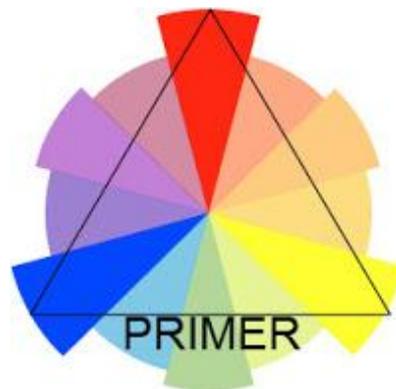
Warna merupakan getaran atau gelombang yang diterima indra penglihatan, sedangkan bunyi merupakan getaran atau gelombang yang diterima indra pendengaran (Sanyoto, 2009: 11). Warna warni adalah sama dengan not-not music atau tangga nada suara. Warna secara objektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, secara psikologis bagian dari pengalaman indra penglihatan. Sehingga penampilan warna dapat diperikan ke dalam *hue* (corak warna), *value*(kualitas terang-gelap warna), *chroma*(kekuatan warna).

Sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan, warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang tampak disebut *pigmen*. Warna menjadi terlihat dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda dan benda tersebut memantulkan cahaya kemata (retina) yang kemudian diartikan oleh otak sebagai warna tertentu manakala pemilik otak tersebut tidak buta warna.

Menurut Brewster dalam teorinya, warna dapat disederhanakan menjadi 4 kelompok yaitu warna primer, sekunder, warna tersier dan warna netral.

### a. Warna primer

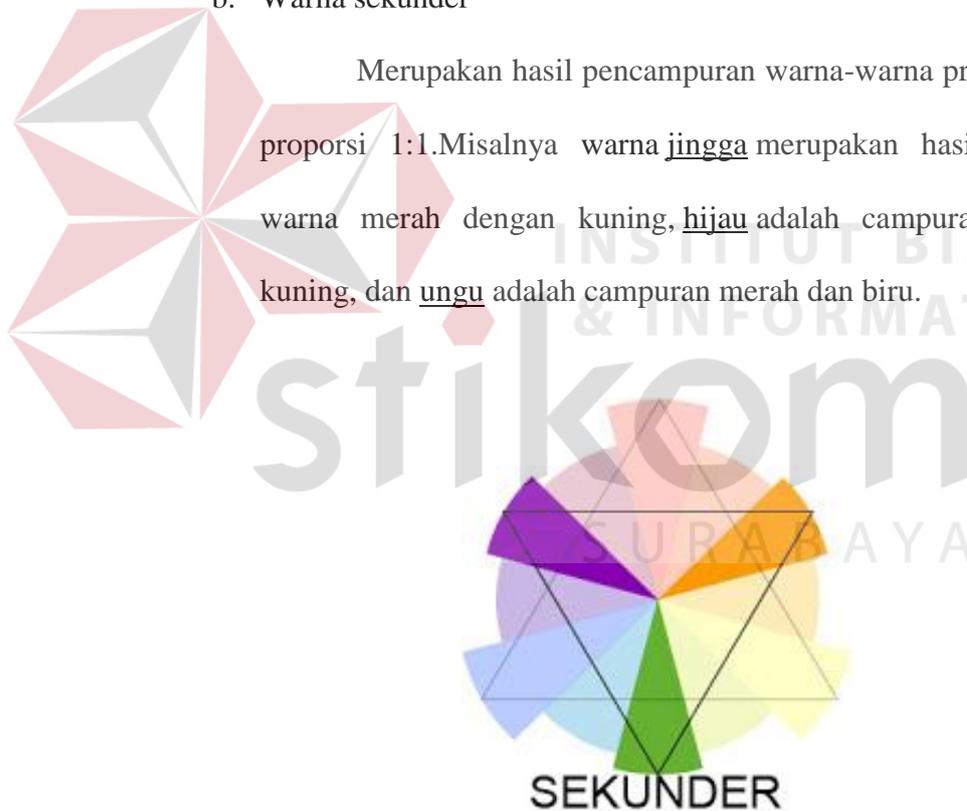
Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.



Gambar 2.1 Skema teori warna primer Brewster  
Sumber: (wikipedia.org) teori warna Brewster

b. Warna sekunder

Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.



Gambar 2.2 Skema teori warna sekunder Brewster  
Sumber: (wikipedia.org) teori warna Brewster

c. Warna tersier

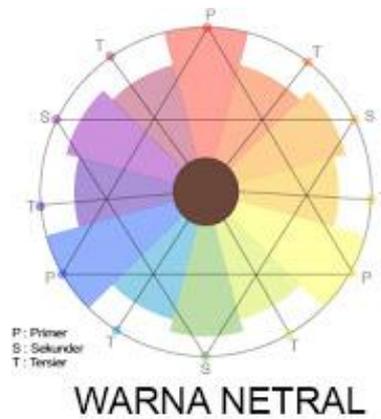
Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga. Warna coklat merupakan campuran dari ketiga warna merah, kuning dan biru.



Gambar 2.3 Skema teori warna tersier Brewster  
Sumber: (wikipedia.org) teori warna Brewster

d. Warna netral

Warna netral merupakan hasil campuran ketiga warna dasar dalam proporsi 1:1:1. Warna ini sering muncul sebagai penyeimbang warna-warna kontras di alam. Biasanya hasil campuran yang tepat akan menuju hitam.



Gambar 2.4 Skema teori warna netral Brewster  
Sumber: (wikipedia.org) teori warna Brewster

### 2.3 Definisi Stationery Set

Stationery set merupakan salah satu media untuk penerapan desain dan konsep corporate identity. Dalam penerapan ini, corporate identity tidak sekedar menjadi materi simbolik semata, namun menjadi sebuah item yang memiliki fungsi. Sederhananya, stationery kit adalah benda-benda fungsional yang biasa digunakan dalam keperluan kantor, dengan nilai tambah benda-benda ini memuat identitas perusahaan, seperti logo, slogan, komposisi warna, dan hal-hal yang mencerminkan image perusahaan ([www.tatawarna.com](http://www.tatawarna.com))

Dalam desain grafis arti *stationary* adalah peralatan kantor yang dicetak dan merupakan gambar yang harus didesain agar menarik dan menggambarkan citra perusahaan. contoh: kartu nama, email template, kop surat, amplop, cover CD, member card dll, sedangkan dalam membuat stationary kita dapat menggunakan software desain grafis umum seperti Photoshop, Adobe Illustrator atau CorelDraw. (<http://moncy-art.blogspot.com/>)

## 2.4 Kartu Nama

Kartu nama memiliki pengaruh yang cukup kuat di dalam bisnis. Di negara-negara maju, para pebisnis selalu bertukar kartu nama di setiap kesempatan. Kartu nama merupakan perangkat bisnis yang dapat bercerita, menunjukkan identitas dan image perusahaan, sekaligus membujuk orang yang menerimanya. Kartu nama yang di desain dengan baik, menggunakan kertas yang eksklusif, bisa membuat orang “klik” pada pertama menerimanya. Inilah yang diharapkan dari adanya kartu nama. Elemen-elemen dasar kartu nama yang dapat memberikan kepercayaan pada konsumen adalah logo yang menarik, pemilihan warna, jenis huruf, layout, jenis kertas dan teknik cetak. Semua unsur desain harus menyatu, tidak monoton, mudah dibaca, informatif, dan mampu merefleksikan citra perusahaan. Secara umum, ada empat pokok terpenting didalam membuat kartu nama agar nampak menarik, yaitu kontras, repetisi, alignment, dan proximity.

### 1. Kontras

Pokok pertama dalam mendesain kartu nama adalah kontras. Cara paling mudah untuk menciptakan kontras adalah dengan menempatkan teks hitam atau warna gelap (Low Value) diatas background warna terang (High Value). Cara lainnya adalah dengan cara memadukan warna-warna kontras secara kreatif, seperti biru dan orange, merah dan hijau, dan warna-warna komplementer lainnya. Huruf juga bisa dibuat kontras dengan memadukan huruf ekstra tebal dan huruf tipis.

### 2. Repetisi

Repetisi adalah penataan elemem-elemen visual secara berulang-ulang, misalnya dengan penggunaan warna, bidang, huruf, ukuran, tekstur, dan image

yang sama secara berulang. Tentukan jenis dan ukuran huruf yang digunakan untuk nama perusahaan, alamat, dan teks lainnya. Selanjutnya pilih warna apa saja yang dipakai. Semua elemen grafis tersebut harus tampak konsisten dan menyatu. Hindari penggunaan huruf dan warna yang terlalu banyak dan bervariasi.

### 3. Penjajaran (Alignment)

Penjajaran adalah penataan unsur-unsur grafis (teks, image) dengan cara diluruskan agar tampak rapi dan menyenangkan. Penjajaran teks dalam kartu nama dapat dibuat rata kiri (align left), rata kanan (align right), dan simetris (center), secara konsisten. Awal dan ujung teks diratakan segaris dengan image lainnya.

### 4. Proximity

Pokok terakhir yang membuat kartu nama tampak harmonis adalah elemen-elemen grafis disusun dengan memperhitungkan kedekatan hubungan (proximity). Informasi-informasi yang saling berhubungan disusun berdekatan dalam satu grup. Sebagai contoh, nama pemilik kartu nama dengan jabatannya, disusun berdekatan karena kedua elemen ini merupakan satu unit informasi. Demikian pula alamat pos, email, website, nomor telepon dan fax, semuanya harus dikelompokkan menjadi satu kesatuan.

## 2.5 Kop Surat dan Amplop

Desain kop surat dan amplop harus mampu mengekspresikan karakter perusahaan atau organisasi. Selain itu kop surat dan amplop juga berfungsi sebagai sarana promosi atau mengenalkan perusahaan dengan memuat

nama, logo, alamat, telepon, fax, dan banyak lagi. Seperti halnya kartu nama, kop surat dan amplop juga dapat mempengaruhi opini pembaca. Desain yang menarik dapat membujuk orang untuk menerimanya, dan mempunyai keinginan untuk tahu lebih jauh. Namun jika desain kurang meyakinkan justru dapat membuat citra perusahaan turun.

Meskipun tidak ada rumusan khusus dalam dunia kreatif, namun ada beberapa pokok tuntunan umum di dalam membuat kop surat dan amplop.

1. Menuangkan semua elemen kop surat ke dalam kertas, diantaranya nama, logo perusahaan, alamat, dan sebagainya. Lalu merancang layout kasar menggunakan tinta warna.
2. Memilih jenis huruf yang sesuai dengan image perusahaan, dan membatasi penggunaan jenis huruf, agar terlihat lebih simple.
3. Memberi penekanan pada logo dan nama perusahaan atau informasi penting yang akan dibawa pertama kali.
4. Menggunakan warna selektif, warna digunakan untuk tujuan menonjolkan informasi yang dianggap penting.
5. Menghindari penataan layout yang terlalu berdesakan karena akan membuat terlalu banyak informasi, sehingga harus diberikan ruang yang kosong di sekitar nama perusahaan.

## 2.6 Cover CD

CD dalam sebuah perusahaan biasanya digunakan sebagai penyimpanan data atau company profile yang berbentuk interaktif, maka diperlukan sebuah desain pada label atau cover CD sebagai salah satu identitas perusahaan dan juga sebagai satu kesatuan dalam stationery set agar terlihat serasi. Pada desain label CD ini tidak terlalu memberikan banyak informasi perusahaan, karena hanya digunakan dalam lingkup internal, yang diperlukan adalah logo dan alamat website serta memperhatikan elemen dan warna yang digunakan agar sesuai dengan media lainya sehingga menjadi satu kesatuan yang harmonis.

