

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Promotion Tools

Menurut Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing*, promotion tools dibagi menjadi :

1. Advertising

Suatu promosi barang atau jasa yang sifatnya non personal dilakukan oleh sponsor yang diketahui.

2. Personal Selling

Penjualan perorangan yang dilakukan oleh para wiraniaga yang mencoba dan membujuk untuk melakukan penjualan sekaligus,

3. Sales Promotion

Suatu kegiatan yang dimaksud untuk membantu mendapatkan konsumen yang bersedia membeli produk atau jasa suatu perusahaan.

4. Public Relation

Suatu kegiatan pengiklanan secara tidak langsung dimana produk atau jasa suatu perusahaan disebarluaskan oleh media komunikasi.

Sedangkan menurut Amstrong (2006 : 442-445) alat promosi penjualan terbagi menjadi tiga bagian :

“Consumer Promotion Tools include coupons, cash refunds, price packs, premiums, advertising specialties, patronage rewards, points-of-purchase displays and demonstrations and contests, sweepstakes and games. Trade Promotion Tools include discount and allowance. Business Promotion

Tools are used to generate business leads, stimulate purchases, reward customers and motivate salespeople”.

Yang dapat diartikan sebagai:

1. Kegunaan *Promotion Tools* dapat kita temui dalam kehidupan sehari-hari seperti promo-promo kupon, pengembalian uang tunai, paket harga (dapat ditemui di brosur), premi, spesialisasi iklan, penghargaan, dan lain sebagainya.
2. Perdagangan *Promotion Tools* termasuk diskon dan tunjangan.
3. *Promotion Tools* yang digunakan untuk menghasilkan lead bisnis, merangsang pembelian, pelanggan penghargaan dan memotivasi tenaga penjualan

Dan menurut Lovelock dan Wirtz (2004 : 135) : *Promotion Tools* untuk sebuah perusahaan dapat berupa mengambil bentuk seperti kupon dan diskon, hadiah, promosi dan media.

2.2 Pengertian Multimedia

Menurut Vaughan (2004) Multimedia terdiri dari dua kata yaitu multi dan media, dimana multi berarti banyak, majemuk, dan beraneka ragam, sedangkan media berarti suatu alat perantara untuk penyampaian sesuatu. Multimedia juga merupakan kombinasi teks, grafik, suara, animasi dan video yang disampaikan dengan computer atau peralatan manipulasi elektronik dan digital yang lain.

2.2.1 Elemen Multimedia

Menurut Vaughan (2004) multimedia terdiri dari 5 elemen, yaitu:

1. Teks

Menggunakan teks atau simbol untuk komunikasi merupakan perkembangan manusia dimulai sejak 6000 tahun yang lalu. Saat ini teks

merupakan unsure terpenting yang digunakan dalam multimedia karena menjadi dasar untuk menyampaikan informasi.

2. Grafik

Grafik atau disebut juga gambar dapat berupa layar dengan banyak warna, penuh dengan sudut tajam yang dapat diperhalus. Beberapa bentuk dari grafik (gambar), yaitu:

a. Grafik *bitmap/raster*

Bitmap merupakan matriks sederhana dari titik-titik kecil yang membentuk sebuah gambar dan ditampilkan dilayar computer atau cetak. *Bitmap* biasa digunakan untuk foto realistic dan gambar kompleks yang membutuhkan detail halus.

b. Grafik Struktur/*vector*

Vector merupakan gambar paling sesuai untuk garis, kotak, lingkaran dan bentuk grafis lainnya. Grafik *vector* ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan bitmap yaitu grafik *vector* dapat diperbesar dan diperkecil lebih sempurna tanpa mengurangi kualitas gambar

c. *Clip art*

Clip art merupakan koleksi yang ada didalam sebuah *library* yang berisi gambar secara acak, atau serangkaian foto, suara, video yang berhubungan dengan satu topik

d. *Digitized pictures*

Digitized pictures adalah gambar yang didapat dari sebuah frame rekaman kamera.

3. Suara

Kebanyakan suara yang digunakan dalam produksi multimedia dapat berupa music audio yang direkam secara digital atau MIDI

1. *Digital audio*

Suara digital ini adalah representasi actual dari suara, dapat diperoleh dari mikrofon, *tape recording*, siaran televisi, dan lain lain

2. MIDI

MIDI adalah singkatan dari Musical Instrument Digital Interface yang merupakan representasi music yang disimpan dalam bentuk numeric, biasa berupa instrument.

4. Animasi

Animasi adalah tindakan membuat gambar kelihatan hidup, sehingga bisa mempengaruhi emosi penonton menjadi turut merasa sedih, ikutan menangis, jatuh cinta, kesal, gembira bahkan tertawa terbahak-bahak.

5. Video

Video merupakan urutan/ pengulangan dari gambar-gambar digital.

2.2.2 Aplikasi Multimedia

Dengan semakin berkembangnya teknologi multimedia di awal tahun 1990, maka multimedia mulai merambah dan berpengaruh pada beberapa bidang dan sekarang multimedia menjadi sangat penting dalam komunikasi. Adapun bidang-bidang yang dipengaruhi oleh teknologi multimedia menurut Dastbaz (2003,9-16):

1. Pendidikan
2. Pelatihan
3. Penyampaian berita, penyiaran dan periklanan
4. Aplikasi bisnis dan komersial
5. Kesehatan

2.3 Pengertian Interaktif

Menurut Sardiman A.M dalam bukunya *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar* (2004: 45) Interaktif adalah proses komunikasi yang melibatkan dua komponen yang terdiri dari komunikator yang dapat dikenal sebagai nara sumber informasi dan komunikan yaitu penerima informasi.

2.4 Pengertian Konsep Desain

Rudy Dewanto mengatakan bahwa konsep desain berarti dasar pemikiran desainer dalam usahanya memecahkan tuntutan desain maupun problem desain.

2.4.1 Pengertian Konsep

Pengertian Konsep menurut Peorwadarminta berasal dari kata bahasa latin yaitu *Conceptus* yang berarti tangkapan. Jadi konsep adalah hasil dari tangkapan atau hasil penerjemahan manusia ketika dihadapkan pada sebuah tuntutan. Sedangkan Menurut Jimmy Ballia mengatakan bahwa konsep adalah abstraksi atau ide, yang mewakili suatu bentuk yang hanya dapat dimengerti oleh akal pikiran. Sebuah konsep dapat melahirkan persepsi terhadap suatu objek dalam bentuk sederhana, maupun abstrak. Konsep desain ada bermacam-macam mulai dari minimalis, elegan, *art nouvo*, mewah/*glamour*, manis/*sweet*, dan lain-lain.

2.4.2 Pengertian Desain

Kata desain dalam pengertian dasarnya adalah satu kegiatan untuk memecahkan masalah, Pengertian ini mengandung aktifitas inovasi dan rekayasa dalam rangka menembus kendala atau *constrain* yang melingkupi satu permasalahan desain. Permasalahan desain tidak selalu muncul dalam bentuk yang nyata dan terdefinisi dengan jelas. Seringkali masalah tersebut terselubung dan hanya tampak samar samar di permukaan (Banu Wisnu Aji,2010).

2.4.3 Konsep Desain *Sweety*

Sweety berasal dari kata dasar *sweet* yang dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia berarti manis untuk makanan, sedangkan untuk kata *adjective*/kata sifat dapat diartikan cantik, molek, merdu, pujaan hati, hati yang baik.

Konsep *sweety* menurut *Visualsynonims* memiliki hubungan dengan hal-hal yang feminin/ kewanitaan, cantik/*pretty*, *cute*/imut, *sugarly* (manis gula), *desserts*/makanan penutup, pesona/ *daze*/ *dazzling*, enak (<http://www.visualsynonyms.com/42827/sweet>).

2.5 Pengertian *Company Profile*

Menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia (John M.Echois dan Hassan Shadity), *Company Profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang mempunyai pengertian yang berbeda tetapi saling berkaitan, yakni kata “company” dan “profile”, dimana kedua kata tersebut dapat kita artikan berdasar kamus. *Company* menurut kamus Bahasa Inggris-Indonesia berarti perusahaan,

firma, perseroan, persekutuan, rombongan, sedangkan *Profile* menurut kamus bahasa Inggris-Indonesia berarti penampang, tampang, riwayat.

Muh. Akbar menulis dalam webnya (<http://cetak.fajar.co.id/new.php?newsid=74528>) bahwa *Company Profile* dapat juga disebut dengan profil perusahaan. *Company Profile* adalah duta perusahaan. Sebagai duta, profil perusahaan/*Company Profile* harus berisi fakta, bukan cerita. Fakta yang diungkapkan tidak perlu seluruhnya. Di dalam profil perusahaan, fakta dapat disajikan sesuai dengan kepentingan, tujuan dan sasaran perusahaan. Bila memungkinkan satu perusahaan dapat memiliki lebih dari satu profil.

Fungsi dan Tujuan *Company Profile*

Inilah beberapa fungsi dan tujuan *Company Profile* menurut Muh. Akbar:

- Memberikan informasi tentang jati diri perusahaan atau organisasi
- Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi pada khalayak umum
- Dapat memperkenalkan profil perusahaan kepada khalayak umum dengan mudah
- Untuk memudahkan audien dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profil perusahaan atau organisasi dalam pembuatan company profile dapat meliputi beberapa media seperti media cetak, interaktif, web, dan lain lain.

- Membangun citra perusahaan

Jubilee Enterprise menulis dalam bukunya Latihan Membuat *Company Profile* Dengan Flash, 2007, *Company Profile* yang baik mengenalkan hal-hal berikut ini kepada audien :

1. Program jangka pendek/ panjang sebuah perusahaan
2. Produk
3. Pengalaman
4. Visi Misi
5. Kualitas

2.6 Pengertian Industri

Industri adalah suatu usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Usaha perakitan atau assembling dan juga reparasi adalah bagian dari industri. Hasil industri tidak hanya berupa barang, tetapi juga dalam bentuk jasa (Wardiyatmoko 2007:159).

2.6.1 Pengertian *Home Industry*

“*Home* berarti rumah, tempat tinggal, ataupun kampung halaman. Sedangkan *Industry*, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan. Singkatnya, *Home Industry* (atau biasanya ditulis/dieja dengan “Home Industri”) adalah rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan

di rumah” Menurut Novi Yuliyawati dalam blognya (<http://noviyuliyawati.wordpress.com/2011/04/15/home-industri/>).

Dalam pengklasifikasian industri, *home industry* termasuk dalam industri dengan modal kecil dan juga memiliki jumlah tenaga kerja yang tidak lebih dari 6 orang.

2.7 Pengertian Animasi

Menurut Yudha Kirana Animasi berasal dari bahasa latin yaitu “anima” yang berarti jiwa, hidup, semangat. Sehingga animasi dapat diartikan sebagai gambar yang memuat objek yang seolah-olah hidup, disebabkan oleh kumpulan gambar itu berubah beraturan dan bergantian ditampilkan. Objek dalam gambar bisa berupa tulisan, bentuk benda, warna dan spesial efek.

Dan asal usul dari animasi ini dimulai dari Animasi Cel yang dimana Animasi cel adalah suatu teknik animasi yang dipopulerkan oleh Disney, menggunakan serangkaian grafis progresif berbeda dalam setiap frame film bioskop (yang dimainkan 24 frame per detik). Animasi dalam satu menit membutuhkan frame terpisah sebanyak 1.440. Kata cel diambil dari lembar seluloid (*celluloid*) bening, digunakan untuk menggambar setiap frame, yang saat ini diganti dengan asetat atau plastik. Cel dari kartun animasi terkenal selalu dicari, cocok untuk membuat frame untuk item-item-item para kolektor (<http://clickyudhaqirana.wordpress.com/2012/03/29/pengertian-dan-jenis-jenis-animasi/>).

Animasi pada awalnya bisa dikatakan sangat sederhana, namun sekarang telah berkembang dan dibedakan menjadi 3 teknologi (Hofstetter 2001: 26) , yaitu:

1. Animasi dua dimensi (2D),
2. Animasi tiga dimensi (3D),
3. Animasi *clay*.

Animasi 2D

Sering disebut film kartun. Kartun sendiri berasal dari kata *cartoon*, artinya gambar yang lucu. Animasi 2D ini sering juga dikatakan animasi vector karena dibuat dari garis dan bentuk yang dianimasikan/ dibuat bergerak secara berurutan sehingga menjadikan gambar tersebut seolah-olah bernyawa.

Animasi 3D

Animasi 3D atau nama lainnya *computer generated image*(CGI). CGI menghasilkan film animasi yang gambarnya benar-benar hidup dan tiga dimensi, tak sekedar datar.

Animasi Clay

Tokoh-tokoh dalam animasi *clay* dibuat dengan memakai rangka khusus untuk kerangka tubuhnya. Lalu, kerangka ini ditutup dengan *plasticine* sesuai bentuk tokoh yang ingin dibuat. Bagian-bagian tubuh kerangka ini, seperti kepala, tangan, kaki, bisa dilepas dan dipasang lagi. Dan animasi ini dilakukan dengan mengambil foto secara berderet untuk mendapatkan gambar bergerak.

2.7.1 Animasi Vektor

Animasi Vektor adalah animasi yang menggunakan rumus matematika untuk menggambarkan objeknya. Setiap objek dalam animasi vector bergerak secara mandiri dengan latar belakang yang diam (<http://alan.blog.widyatama.ac.id/2012/05/07/animasi/>).

2.7.2 Prinsip Animasi

Ada berbagai teori dan pendapat dalam membuat animasi yang baik menurut Ardyansyah, tetapi setidaknya untuk membuat sebuah animasi yang terlihat hidup animasi tersebut wajib memiliki prinsip animasi. Inilah 12 prinsip animasi yang didapat dalam buku *The Illusion of Life: Disney Animation* yang dikarang oleh Ollie Johnston dan Frank Thomas adalah :

1. *Solid Drawing*

Kemampuan menggambar yang baik untuk membuat komposisi gambar secara baik dan terlihat hidup.

2. *Timing dan Spacing*

Timing adalah tentang menentukan kapan sebuah gerakan harus dilakukan.

Sementara *Spacing* adalah tentang menentukan percepatan dan perlambatan dari bermacam-macam gerak.

3. *Squash dan Stretch* (menekan dan melentur)

Squash and Stretch bisa membuat benda-benda hidup atau benda mati dibuat seolah-olah hidup. Contoh: *bouncing ball*. *Squash* ketika berada di tanah terlihat menempel dengan tanah, *stretch* sebelum dan sesudahnya terlihat seperti ditarik.

4. *Anticipation*

Membuat setiap gerakan secara berurutan sehingga dapat dinikmati dan dimengerti oleh penonton. Contoh : ketika orang duduk ingin berdiri, sebelum berdiri orang itu akan menunduk sedikit baru benar-benar melakukan gerakan untuk berdiri.

5. *Slow in* dan *Slow Out*

Merupakan pengaturan *timing* dalam suatu gerakan ke gerakan lainnya. Ada gerakan melambatkan di saat memulai sesuatu dan melambat ketika suatu objek di akhir gerakan

6. *Arcs*

Dalam animasi, system pergerakan tubuh pada manusia, binatang, dan makhluk hidup lainnya bergerak mengikuti pola/ jalur yang disebut arcs. Hal ini memungkinkan mereka bergerak secara halus dan lebih realistic, karena pergerakan mereka mengikuti suatu pola yang berbentuk lengkung (termasuk lingkaran, elips, atau parabola)

7. *Secondary Action* (Gerakan Pendukung)

Adalah gerakan-gerakan yang mendukung suatu ekspresi atau aksi agar lebih terlihat jelas. Misalkan Seorang yang sedang sedih akan mengusap tangannya ke wajah untuk menghapus air mata

8. *Follow Through* dan *Overlapping Action*

Bila suatu karakter dalam sebuah scene berhenti bergerak, dia tidak akan berhenti secara tiba-tiba. Diperlukan penghitungan *timing* yang tepat. Misalnya saat Goofy yang bertelinga panjang berhenti bergerak (stop

ditempat) makan telinganya akan tetap berayun atau bila memakai jubah, jubahnya masih tetap berkelebat disaat berhenti. Inilah yang dimaksud gerakan mengikuti

9. *Straight Ahead* dan *Pose to Pose*

Merupakan dua pendekatan dalam menggambar animasi. Pada metode *Straight Ahead*, animator akan menggambar secara spontan gambar demi gambar seorang diri. Hal ini memiliki kelebihan yaitu kualitas gambar yang konsisten karena dikerjakan satu orang. Dalam metode *pose to pose*, animator bekerja lebih terencana membuat gambar, gerakan, ukuran sedini mungkin, sejak awal sebelum mulai menggambar dan ditaruh pada key framenya sehingga dapat dilanjutkan lagi nantinya.

10. *Staging*

Prinsip yang bersifat paling umum karena mencakup banyak area. Misalnya bagaimana mempresentasikan sebuah karakter agar dapat dikenal dengan baik oleh penonton. Termasuk ke dalamnya ekspresi yg ingin ditampilkan, *mood* yang ingin dibentuk, semua dapat dikomunikasikan dengan baik kepada penonton bila semua dibentuk dalam penataan gerak yang tepat dan jelas. Misalnya Minnie Mouse merupakan karakter yang dibuat gerak-geriknya selalu feminin dalam situasi apapun

11. *Appeal*

Suatu kualitas dimana orang dapat menikmati suatu gambar yang memikat, desain bagus, komunikatif.

12. *Extrageration*

Yang dimaksud dengan “melebih-lebihkan” sesuatu adalah membuat gambar dalam suatu aksi menjadi lebih meyakinkan. Misalnya Mickey yang mengendarai mobil butut, mobilnya berguncang dan berisik, lalu plat nomornya rontok dan pada saat belok bannya meletus

2.8 Pengertian *Layout*

Layout adalah proses penataan dan pengaturan teks atau grafik pada halaman. *Layout* meliputi penyusunan, pembaguan tempat dalam sebuah halaman, pengaturan jarak spasi, pengelompokan teks dan grafik, dan penekanan pada suatu bagian tertentu. Pada dasarnya *Layout* dapat dijabarkan sebagai tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya (Suyanto 2007:53).

2.8.1 Pembuatan *Layout* Yang Baik

Setidaknya ada tiga criteria dasar untuk sebuah layout yang baik menurut Asep herman Suyanto yaitu: *It Works* (Mencapai tujuannya), *It Organizes* (Ditata), dan *It Attracts* (Menarik bagi pengguna).

1. Mencapai tujuan

Untuk membuat *layout* yang baik dan dapat berfungsi sesuai tujuannya perlu mendapatkan deskripsi detail dari tujuan *layout* tersebut.

2. Penataan Visual

Desainer harus mempertimbangkan kemudahan bagi pengguna untuk menjelajah ke seluruh bagian tanpa harus mengalami kelelahan untuk

membaca dan mengikuti isi *layout*. Penataan dan penekanan pada beberapa titik informasi akan lebih mempermudah dan memperjelas informasi yang disajikan.

3. Menarik perhatian

Layout harus memiliki tampilan yang berbeda dan dapat menarik perhatian orang yang melihat, sebuah *layout* yang menarik bisa jadi adalah *layout* yang cantik, menghibur, tidak biasa, mengejutkan tetapi bisa jua sederhana dan lugas.

2.8.2 Prinsip *Layout*

Prinsip-prinsip *layout* dapat dianalogikan sebagai suatu formula untuk membuat suatu *layout* yang baik. Formula ini akan bekerja dan memberikan hasil yang maksimal bila diterapkan dengan seksama. Prinsip dasar *layout* menurut Asep Herman Suyanto adalah :

1. *Sequence* (urutan)

Maksud lain dari *sequence* adalah hirarki, *flow*, alur atau aliran. Dengan adanya *sequence* ini *layout* akan memiliki alur sehingga membuat penerima informasi nyaman.

2. *Emphasis* (penekanan)

Empahsis dapat diciptakan dengan berbagai cara, seperti memberikan ukuran yang berbeda dari elemen-elemen grafis lainnya, warna yang kontras, animasi, atau diletakkan pada posisi yang strategis.

3. *Balance* (Keseimbangan)

Pembagian berat yang merata pada suatu bidang *layout*, pembagian berat bukanlah berarti harus seluruh bidang *layout* dipenuhi dengan elemen, tetapi lebih pada menghasilkan kesan seimbang dengan menggunakan elemen yang dibutuhkan.

4. *Unity* (Kesatuan)

Sebagaimana layaknya bila menggunakan pakaian, satu dengan yang lainnya harus dipadu padankan, prinsipnya sama dengan kesatuan antara elemen-elemen desain. Teks, gambar, animasi, dan lainnya semua harus saling berkaitan dan disusun secara tepat, tidak terpotong-potong, atau tidak jelas.

2.9 Warna

Menurut Anne Damera dalam pembagian warna kita menggunakan lingkaran warna (*color wheel*). Warna dalam lingkaran warna terdiri atas tiga bagian yaitu:

1. **Warna Primer** : Merah, Kuning, Biru. Warna primer ini merupakan warna dasar dalam sebuah lingkaran warna
2. **Warna Sekunder** : Orange, Hijau, Ungu. Warna Sekunder ini merupakan pencampuran antara dua warna primer
3. **Warna Tersier** : Tosca, Lime Green, Indigo, dan lain lain. merupakan pencampuran antara warna primer dan sekunder yang berada didekatnya dengan perbandingan yang sama.

Sadjiman Ebdi Sanyoto juga membagi dimensi warna menjadi 3 macam dimensi warna yang sangat besar pengaruhnya terhadap tata rupa yaitu:

1. *Hue* : rona warna atau corak warna. Hue pada umumnya menyangkut mengenai klasifikasi warna seperti merah, kuning, biru dan lain sebagainya.
2. *Value* : dimensi penunjuk gelap atau terangnya sebuah warna.
3. *Chromma* : dimensi penunjuk cerah atau suramnya sebuah warna.

Dalam pengolahan image, dikenal dua macam warna paling populer yang menjadi standar internasional, yaitu RGB dan CMYK (Anne Dameria 2004: 32).

1. RGB adalah singkatan dari *Red-Green-Blue*. 3 warna dasar yang dijadikan patokan warna secara universal. Dengan basis RGB, seorang desainer bisa mengubah warna ke dalam kode-kode angka sehingga warna tersebut akan tampil universal.
2. Standar warna internasional lainnya yang digunakan untuk dunia percetakan adalah CMYK yang merupakan Singkatan dari Cyan – *Magenta – Yellow*, dan K mewakili warna hitam. CMYK merupakan standar warna berbasis pigment-based, menyesuaikan diri dengan standar industri printing. Sampai saat ini dunia cetak- mencetak memakai 4 warna dasar dalam membuat warna apapun.

2.9.1 Psikologi Warna

Berikut ini adalah penjabaran tentang psikologi yang terkandung dalam tiap warna menurut Sadjiman Ebdi Sanyoto :

1. Hitam

Hitam adalah warna otoritas dan kekuasaan. Hal ini populer di dunia fashion karena membuat orang terlihat lebih langsing. Hitam juga dapat diartikan stylish, abadi, kuat, menyendiri dan jahat.

2. Putih

Putih untuk melambangkan kepolosan dan kemurnian. Putih memantulkan cahaya dan dianggap sebagai warna musim panas. Putih populer di dekorasi dan dalam mode karena ringan dan netral. Beberapa pengguna juga memakai warna putih untuk menyiratkan kebersihan dan steril.

3. Merah

Warna yang paling emosional yang intens, merah merangsang detak jantung lebih cepat dan nafas. Ini juga merupakan warna cinta. Merah adalah warna yang ekstrim. Merah muda warna yang paling romantis, dan manis, dibandingkan merah warna merah muda lebih tenang dan feminin.

4. Biru

Warna langit dan laut. Biru adalah salah satu warna yang paling populer. Hal ini menyebabkan reaksi berlawanan dengan merah. Damai, tenang biru menyebabkan tubuh memproduksi bahan kimia menenangkan, sehingga sering digunakan dalam kamar tidur dan dekorasi. Biru juga bisa berarti dingin dan menyedihkan serta kesetiaan. Namun biru muda juga dapat member kesan humoris dan menyenangkan, sebagaimana melihat warna langit yang tenang dan menyenangkan.

5. Hijau

Hijau melambangkan alam. Ini adalah warna paling mudah di mata dan dapat memperbaiki penglihatan. Ini adalah warna, menenangkan menyegarkan juga melambangkan kesuburan.

Hijau tua dapat berarti maskulin, konservatif, dan menyiratkan kekayaan.

6. Kuning

Kuning cerah ceria adalah penarik perhatian. Meskipun dianggap sebagai warna yang optimis, orang kehilangan emosi mereka ketika mereka lebih sering di kamar kuning, dan bayi akan sering menangis. Ini adalah warna yang paling sulit bagi mata untuk dekorasi.

7. Ungu

Adalah warna kerajaan, ungu berkonotasi mewah, kekayaan, dan kecanggihan. Ungu juga dapat berkesan feminin dan romantis. Namun, karena jarang di alam, ungu dapat diartikan sebagai warna buatan.

8. Coklat

Coklat adalah warna bumi dan berlimpah di alam. Coklat terang menyiratkan keaslian. Coklat tua mirip dengan kayu atau kulit bisa juga berarti sedih dan sayu. Pria lebih cenderung untuk mengatakan coklat adalah salah satu warna favorit mereka.

2.9.2 Pewarnaan Untuk Makanan

Biru adalah salah satu warna yang paling populer yaitu salah satu warna yang menggugah selera. Tidak hanya itu peneliti mengatakan bahwa ketika manusia mencari makanan, mereka belajar untuk menghindari makanan beracun

atau makanan rusak, maka dari itu para peneliti menyimpulkan bahwa warna-warna seperti ungu, hitam, dan warna gelap lainnya akan menghancurkan nafsu makan, tetapi warna hijau, coklat, dan merah adalah warna makanan paling populer. Merah sering digunakan dalam skema dekorasi restoran karena merupakan perangsang nafsu makan menurut David Johnson.

2.10 Pengertian Tipografi

Menurut Robert Bringhurst, Tipografi atau bahasa Inggris *Typography* (berasal dari kata bahasa *Greek typos* yang berarti bentuk dan *graphein* yang berarti menulis) merupakan teknik dan seni mengatur huruf menggunakan gabungan bentuk huruf cetak, ukuran font, ketebalan garis, garis pandu (*line leading*), jarak aksara, dan ruang huruf untuk menghasilkan hasil seni aturan huruf dalam bentuk fisik atau digital. Tujuan utama tipografi adalah mengatur teks (isi) dalam bentuk yang mudah dibaca dan menarik dipandang.

Tipografi dihasilkan melalui pengatur huruf, juru tipografi, artis grafik, pengarah seni dan pekerja perkeranian. Ia pernah merupakan pekerjaan khusus, tetapi penggunaan komputer telah membuka ruang bagi pengguna biasa dan peraka visual generasi baru.

2.10.1 Anatomi huruf

Huruf memiliki bagian-bagian tertentu, yang, disebut dengan anatomi huruf. Anatomi huruf terbagi menjadi beberapa bagian yaitu: (gambar anatomi huruf dapat dilihat pada gambar 2.1)

1. Baseline

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas bagian terbawah dari setiap huruf besar.

2. Capline

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas bagian teratas dari setiap huruf besar.

3. Meanline

Sebuah garis maya lurus horizontal yang menjadi batas bagian teratas dari badan setiap huruf besar

4. X-Height

Jarak ketinggian dari baseline ke mean line. X-Height merupakan tinggi badan dari huruf kecil. Cara termudah untuk mengukurnya adalah dengan menggunakan huruf "x"

5. Ascender

Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di antara meanline dan capline

6. Decender

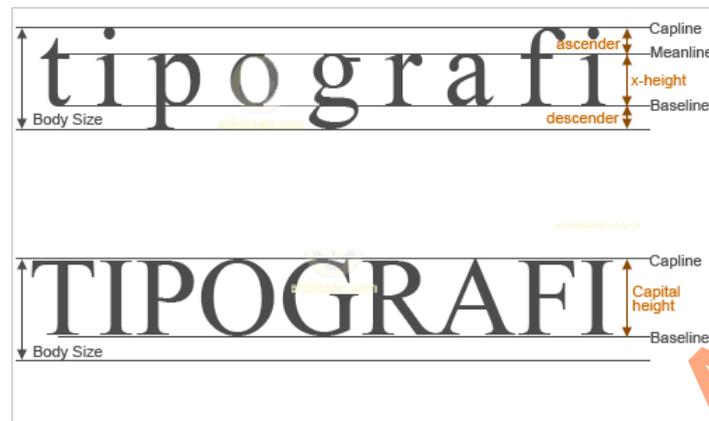
Bagian dari huruf kecil yang posisinya tepat berada di bawah baseline

7. Capital Height

Jarak ketinggian dari Capline dan Baseline. Capital height merupakan tinggi badan dari huruf besar atau kapital.

8. Body Size

Jarak keseluruhan dari tubuh huruf



Gambar 2.1 Anatomi Huruf

Dari geometrinya huruf dibagi menjadi 4 kelompok yaitu:

1. Garis tegak datar : E,F,I,H,L
2. Garis tegak miring : A,K,M,N,V,W,X,Y,Z
3. Garis tegak lengkung : B,D,G,J,P,R,U
4. Garis Lengkung : C,O,Q,S

2.10.2 Huruf yang baik

Mohammad Jeprie mengatakan huruf memiliki peranan yang sangat penting dalam menyusun teks atau kalimat promosi yang berfungsi sebagai elemen visual. Sedangkan kalimat dalam suatu desain tipografi berfungsi untuk menyusun media komunikasi. Teks yang perlu diperhatikan antara lain yaitu:

1. Teks yang terbaca, adalah serentetan kalimat yang menjelaskan tentang sebuah informasi untuk tujuan tertentu. Bahasa yang dipakai untuk menyusun teks haruslah sederhana, singkat, jelas dan tepat.
2. Elemen visual menggambarkan atau mewakili sesuatu dan juga sebagai elemen hias.

Dalam penggunaannya tipografi harus memenuhi 4 prinsip tipografi, sehingga dapat terbaca sesuai tujuan yang ingin dicapai sebuah karya desain, prinsip tipografi menurut Mohammad Jeprie dalam bukunya *The Art of Typography* yaitu :

1. Legibility : Kualitas pada huruf yang membuat huruf tersebut terbaca
2. Readability : Penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungan dengan huruf lain sehingga terlihat jelas. Hal ini bergantung dari *leading* (Jarak antar baris dan juga *kerning* (Jarak antar huruf) dari huruf tersebut
3. Visibility: Kemampuan suatu huruf, kata, kalimat dalam suatu karya desain untuk dapat terbaca dalam jarak baca tertentu (normal).
4. Clarity: Kemampuan huruf yang digunakan dalam suatu karya desain, dapat dibaca dan dimengerti oleh audien.

2.10.3 Tipe Huruf

Berikut ini adalah beberapa macam jenis tipe huruf menurut Robert Bringhurst berdasarkan klasifikasinya :

1. *Roman Fonts*

Ciri dari huruf ini memiliki sirip/ kaki/ serif yang berbentuk lancip pada ujungnya. Huruf roman memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan yang ditimbulkan adalah klasik, anggun dan feminine.

2. *Egyptian Fonts*

Ciri dari huruf ini adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/serif/sirip yang membentuk persegi papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, dan stabil

3. *San Serif Fonts*

Ciri dari huruf ini adalah tanpa sirip atau serif, jadi huruf ini tidak memiliki sirip pada ujung hurufnya dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kesan modern, kontemporer, efisien.

4. *Scripts Fonts*

Ciri dari huruf ini adalah hampir menyerupai goresan tangna yang dikerjakan dengan pena, kuas, atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab

5. Dekoratif atau *Miscellaneous Fonts*

Huruf Dekoratif ini adalah huruf yang merupakan pengembangan dari huruf yang sudah ada. Hanya diberi atau ditambah dengan hiasan atau garis-garis dekoratif, dan dapat menimbulkan kesan sesuai dengan keinginan pembuatnya.

2.11 Pengertian Simbol

Menurut Greetz, simbol merupakan bahasa pertama yang digunakan oleh manusia untuk berkomunikasi sebelum adanya tulisan (abad sebelum masehi). Jadi untuk sekarang ini symbol dapat diartikan sebagai ajang/tempat/wahana yang memuat sesuatu nilai bermakna (meaning).

Sedangkan menurut Drs. M. Umar Hadi, MS symbol untuk sebuah gambar dapat memiliki nilai-nilai perlambangan yang kuat. Banyak orang lebih mudah mengingat bentuk suatu objek daripada harus menyebutkan nama objek tersebut. Simbol untuk sebuah gambar/grafis dapat merupakan perwujudan dari gambar-gambar yang telah dimengerti oleh masyarakat. Contoh symbol dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2.2 Contoh Simbol

2.12 Pengertian Alur dan Storyboard

Alur adalah jaringan atau rangkaian yang membangun atau membentuk sebuah cerita sejak awal hingga akhir. Alur dapat berupa peta pikiran, dan perkembangannya berupa storyboard, peta system, naskah, dan lain-lain (Saliman

1996:24). Sementara menurut Curtis dan kawan-kawan, storyboard atau dalam bahasa Indonesia bisa disebut Papan Cerita adalah salah satu cara alternative untuk mensketsakan kalimat penuh sebagai alat perencanaan. Papan Cerita menggabungkan alat bantu narasi dan visual pada selembar kertas sehingga naskah dan visual terkoordinasi.

2.12.1 Prinsip Pembuatan Storyboard

Ada 5 prinsip membuat storyboard yang baik menurut Curtis dan kawan-kawan yaitu :

1. Kreatif : Pesan visual/ ide yang disampaikan harus asli
2. Komunikatif : menggunakan bahasa-bahasa yang mudah sehingga dapat cepat dimengerti
3. Efisien : Informasi/ pesan yang disampaikan harus terancang dengan baik, langkah demi langkah
4. Efektif : pesan yang disampaikan harus sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, tidak bertele-tele
5. Esensi : Pesan yang disampaikan memiliki gambar yang bagus/indah untuk lebih mudah penyampaiannya.