

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Reptilia

Kata Reptilia berasal dari kata *reptum* yang berarti melata. Reptilia merupakan kelompok hewan darat pertama yang sepanjang hidupnya bernafas dengan paru-paru. Reptil merupakan salah satu jenis hewan *vertebrata*, ciri-ciri dari hewan reptil ialah memiliki sebuah tulang belakang yang berdarah dingin serta memiliki sebuah sisik disekitar tubuhnya. Pada umumnya hewan reptil adalah termasuk hewan *ovipar* (bertelur) yang mana telurnya diselubungi oleh membran *amniotic*, akan tetapi ada juga jenis hewan reptil yang beberapa spesies *squamata* bersifat *vivipar* (melahirkan). Hewan reptil *vivipar* memberi makan janin mereka menggunakan sejenis *plasenta* yang mirip dengan mamalia (Zug, 1993: 357-358).

Sebagai *vertebrata* darat sejati pertama, reptilia purba bukan hanya memenuhi margasatwa pada zamannya secara menarik, tetapi juga membuka panggung kejadian dramatis sesudahnya, seperti munculnya *dinosaurus*, awal mulanya burung serta evolusi garis keturunan mamalia selama berabad-abad. Reptilia mulai hidup di darat kira-kira 325 juta tahun yang lalu, pada awal zaman karbon akhir. Reptilia terdapat hampir di seluruh dunia. Ini tak berarti bahwa sembarang reptil muncul di sembarang tempat kuno, atau bahwa sembarang reptilia hidup di mana-mana. Reptilia selalu penting bagi kehidupan manusia, dan

demikian pula manusia bagi reptilia. Pada masa lampau hubungan saling memberi dan menerima secara *ekologi* di dalam alam (Carr, 1980: 35-147).

2.2 Iguana

Hewan iguana termasuk jenis hewan reptil yang hidupnya berada di daerah tropis seperti di Amerika Tengah, Amerika Selatan, dan Karibia. Pertama kali hewan reptil iguana disebut oleh seorang naturalis berkebangsaan Austria *Josephus Nicolaus Laurenti* pada tahun 1768. Ada 2 spesies yang berbeda dari jenis kadal ini yaitu iguana hijau dan iguana *antilles* kecil. Secara fisik reptil iguana memiliki lipatan kulit dibagian bawah rahang, kulit yang mengeras berderet sejajar di punggungnya hingga ekor dan “mata ketiga” dikepalanya. Di belakang leher dari iguana memiliki sisik kecil menyerupai paku panjang, dan disebut dengan *tuberculate scale*. Reptil iguana juga memiliki sisik besar bundar di pipinya yang disebut dengan selubung *subtimpani* (Richard D, 2000: 4-11).

Telinga pada reptil iguana disebut *timpanun*, yang merupakan gendang telinga iguana dan terdapat di kanan atas selubung *subtimpani* dan dibelakang mata. Secara fisik bagian telinga iguana ini sangat tipis dan lembut yang berguna untuk pendengarannya. Warna pada tubuh iguana beberapa warnanya hampir menyerupai lingkungannya yang berguna membantu dalam menyembunyikan dirinya dari predator. Reptil iguana memiliki penglihatan yang cukup baik, iguana menggunakan matanya untuk mengarahkannya menemukan makanan. Mata pada iguana juga mampu mengkomunikasikan dengan anggota spesies yang sama. Mereka merespon rangsangan visual berupa warna seperti jingga, kuning, merah

muda, dan biru yang terdapat pada *subtimpani* makanan mereka (Richard D, 2000: 4-11).

Reptil iguana merupakan hewan *herbivora* atau pemakan tumbuhan-tumbuhan, seperti kucup bunga, daun muda, dan buah-buahan. Dari berbagai jenis iguana hanya spesies yang tidak dilindungi saja yang boleh dipelihara seperti iguana hijau dan iguana merah. Untuk jenis iguana lain sudah dikategorikan langkah semakin sulit ditemui (hewankesayangan.com, 25 Februari 2016).

2.3 Buku

Buku adalah sumber ilmu pengetahuan dan sumber pembangunan watak bangsa (Muktiono, 2003: 2). Buku dapat dijadikan pula sebagai sarana untuk memahami sesuatu dengan mudah. Dalam masyarakat, buku untuk anak-anak adalah buku bergambar, karena anak-anak lebih mudah memahami buku tersebut dengan banyak gambar dari pada tulisan, sedangkan orang dewasa lebih fleksibel untuk memahami apa yang ada pada buku walaupun tanpa gambar sekalipun (Muktiono, 2003: 76).

Buku merupakan koleksi paling umum yang dihimpun perpustakaan. Pengertian buku adalah terbitan yang membahas informasi tertentu disajikan secara tertulis sedikitnya 64 halaman tidak termasuk halaman sampul, diterbitkan oleh penerbit atau lembaga tertentu, serta ada yang bertanggung jawab terhadap isi yang dikandungnya (Darmono, 2002: 65). Pemanfaatan buku sebagai media informasi sudah sangat umum. Sebagaimana yang dikutip dari *eniklopedia* bebas (wikipedia.org, 27 Februari 2016).

Buku fiksi merupakan salah satu jenis buku yang paling banyak diterbitkan didunia. Adapun kisah dibalik cerita adalah sebuah fiksi atau tidak berdasarkan kehidupan nyata. Contoh dari buku fiksi antara lain, novel, novel grafis ataupun komik (Nurgiyantoro, 2008: 345).

Buku non fiksi banyak digunakan sebagai refrensi ataupun juga *ensiklopedia*. Adapun beberapa jenis buku non fiksi antara lain buku sekolah, buku jurnalistik, atau album, laporan, dan sebagainya. Sifat dari buku non fiksi sebagai buku refrensi, yang memberikan informasi (Nurgiyantoro, 2008: 345).

2.4 Layout

Menurut Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007: 277), prinsip layout yang baik adalah yang selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan. Dalam penerapan perancangan ini desain layout menjadi landasan untuk dijadikan acuan dasar dalam memberikan panduan dalam mendesain layout dari perancangan.

Pengertian layout menurut Graphic Art Encyclopedia (1992: 296) "*Layout is arrangement of a book, magazine, or other publication so that and illustration follow a desired format*". Layout adalah merupakan pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Lebih lanjut dapat dikatakan bahwa "*Layout includes directions for marginal data, pagination, marginal allowances, center headings and side head, placement of illustration.*" Layout juga meliputi semua bentuk penepatan dan pengaturan untuk catatan tepi, pemberian gambar,

penepatan garis tepi, penepatan ukuran dan bentuk ilustrasi. Menurut Smith (1985) dalam Sutopo (2002: 174) mengatakan bahwa proses mengatur hal atau pembaruan layout adalah merangkaikan unsur tertentu menjadi susunan yang baik, sehingga mencapai tujuan.

2.4.1 Proporsi

Proporsi adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya (Kusrianto, 2007: 277). Proporsi menyangkut suatu hubungan bagian dengan bagian yang lain atau bagian dengan keseluruhan, atau antara satu obyek dan obyek lainnya (*The Elements of Graphic Design* by Alexander W.White). Penerapan teori ini dalam perancangan buku, sebagai salah satu media bagi visualisasi sebuah konsep dalam penerapan perbandingan ukuran yang digunakan untuk penataan visual, keseimbangan visual demi membentuk proporsi yang sesuai.

2.4.2 Keseimbangan

Keseimbangan merupakan suatu pengaturan agar penempatan dalam suatu halaman memiliki efek seimbang (Kusrianto, 2007: 279). Keseimbangan sering dibagi dalam dua jenis yaitu simetris dan asimetris. Simetris memiliki bentuk sama persis pada kedua bagian sumbu pembagiannya (*formal balance*). Asimetris merupakan pengaturan obyek dengan bentuk dan ukuran yang berbeda dalam sebuah komposisi yang tetap memberikan keseimbangan beban visual satu sama

lain (*informal balance*) (*The Elements of Graphic Design* by Alexander W.White).

2.4.3 Kontras/Fokus

Kontras atau Fokus merupakan elemen yang ditekankan untuk menampilkan kekuatan pada elemen visual. Jika dalam satu elemen tersebut sama-sama bersifat menguatkan, maka akhirnya tidak ada satupun yang menguatkan untuk menjadi fokus utama (Kusrianto, 2007: 280). Titik fokus atau kontras yang umum digunakan antara lain ukuran, warna, tekstur, posisi, bentuk, dan pergerakan (desainstudio.com, 1 Maret 2016).

2.4.4 Irama

Irama adalah proses perulangan, penggunaan pola warna maupun motif yang diulang dengan irama tertentu merupakan salah satu prinsip penyusunan layout. Dengan mengulang-ulang pola, akan memperoleh irama yang dapat mengikuti alur dan mempublikasikan ciri-ciri pada keseluruhan desain layout yang disusun (Kusrianto, 2007: 281). Irama merupakan selisi antara dua wujud yang terletak pada ruang, serupa dengan interval waktu antara dua nada musik beruntun yang sama. Desain grafis mementingkan interval ruang atau kekosongan atau jarak antar obyek. Misalnya jarak antarkolom, jarak antar teks dengan tepi kertas, jarak foto di tiap halaman dan lain sebagainya (ilmugrafis.com, 3 Maret 2016).

2.4.5 Kesatuan/Unity

Kesatuan dalam prinsip desain grafis adalah kohesi, konsistensi, ketunggalan atau keuntuhan, yang merupakan isi pokok dari komposisi. Dengan prinsip kesatuan dapat membantu semua elemen menjadi sebuah kepaduan dan menghasilkan tema yang kuat, serta mengakibatkan sebuah hubungan yang saling mengikat. Karena penting adanya desain yang mengandung arti yang kuat sesuai dengan tema (idseducation.com, 7 Maret 2016).

2.5 Karakteristik Bentuk

Untuk menentukan suatu bentuk yang sesuai dengan konsep dan kepribadian entitasnya, desainer sangat dianjurkan mempelajari hubungan antara bentuk-bentuk dasar dan sifat yang terkandung di dalamnya (Rustan, 2013: 47).

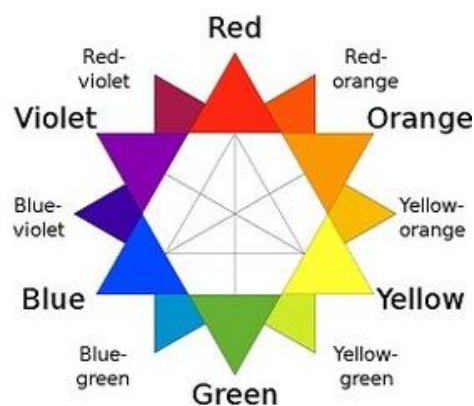
Beberapa hubungan arah garis dan sifatnya. Garis mendatar/*Horisontal* bersifat pasif, statis, berhenti, tenang/tenteram, rasional, formal, basis/dasar, dataran, negatif/minus, pembatalan. Garis tegak/*Vertikal* bersifat aktif, tinggi, agung/mulia, megah, angkuh, spiritual, kesatuan, tunggal, kepemilikan, kekuatan, kekuatan, absolut, terkemuka. Garis miring/*Diagonal* bersifat dinamis, bergerak, mengarah, informal, tidak stabil, larangan, pembatalan (Rustan, 2013: 47).

Beberapa hubungan bentuk dasar dan sifatnya. Lingkaran bersifat, dinamis, bergerak, kecepatan, berulang, tak terputus, tak berawal, dan berakhir, abadi, kualitas, dapat diandalkan, sempurna, matahari, kehidupan, semesta. Segi empat bersifat, stabil, diam, kokoh, rasional, keunggulan teknis, formal, sempurna, dapat diandalkan, kejujuran, integritas. Segi tiga bersifat, stabil, diam,

kokoh, megah, teguh, rasional, tritunggal, api, kekuatan, gunung, harapan, terarah, progres, bernilai, suci, sukses, sejahtera, keamanan (Rustan, 2013: 48).

2.6 Warna

Disadari atau tidak, warna memainkan peran yang sangat besar dalam pengambilan keputusan saat membeli barang. Penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Color Research* di Amerika (sebuah institut penelitian tentang warna) menemukan bahwa seseorang dapat mengambil keputusan terhadap orang lain, lingkungan maupun produk dalam waktu hanya 90 detik saja, keputusan tersebut 90%-nya disadari oleh warna. Warna juga meningkatkan *brand recognition* sebanyak 80%, menurut penelitian yang dilakukan oleh *University of Loyola, Chicago, Amerika*. Karena itu memilih warna yang tepat merupakan proses yang sangat penting dalam mendesain. Untuk itu dibutuhkan riset yang mendalam menyangkut beberapa bidang, antara lain psikologi, budaya dan komunikasi (Rustan, 2013: 72).



Gambar 2.2 Warna

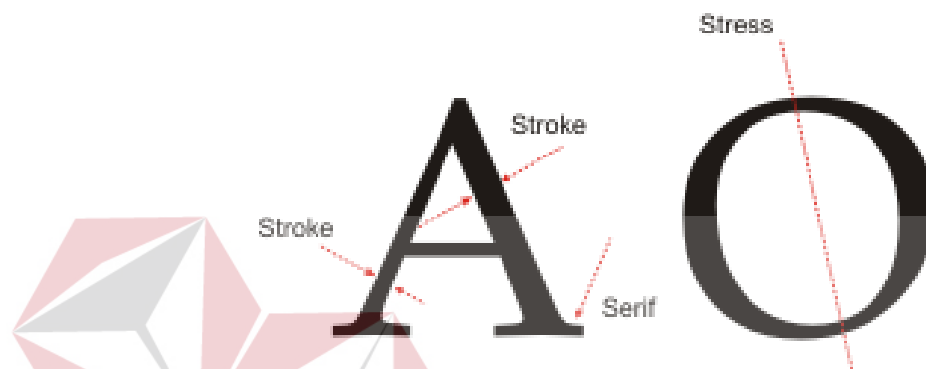
Sumber : (stumbleupon.com, 7 Maret 2016)

Warna Merah bermakna, panas, kuat, tenaga, gairah, api, ambisi, revolusi, penghormatan, sombong. Warna Purple bermakna, kehalusan, kaya, harga diri, bijaksana, romantis, sensual. Warna Abu-abu bermakna, keamanan, elegan, rendah, seimbang, netral, formal, kehalusan. Warna Biru bermakna, dingin, laut, cahaya, ramah, kesatuan, harmoni, damai, percaya. Warna Jingga bermakna, panas, agresi, kebahagiaan, keseimbangan, peringatan, hasrat. Warna Putih bermakna, dingin, renda hati , suci, simple, aman, netral, kebenaran, lemah lembut. Warna Hijau bermakna, dingin, kecerdasan, lingkungan hidup, alam, abadi, kesuburan, pertumbuhan, keseimbangan, stabil, tenang. Warna Cokelat bermakna, tabah, tenang, berani, makhluk hidup, alam, kesuburan, stabil, tradisi, ketergantungan. Warna Hitam bermakna, profesional, klasik, baru, ketakutan, pembontak, formal, elegan, serius. Warna Kuning bermakna, panas, gembira, bahagia, optimis, idealisme, cerdas, sinar matahari. Warna Pink bermakna, rasa syukur, cinta, kagum, simpati, musim semi, kekanakan (Rustan, 2013: 73).

2.7 Tipografi

Teks adalah bagian penting dalam desain, ilmu yang mempelajari tentang teks adalah tipografi. Menurut Jefkins (1997: 248) tipografi merupakan “seni memilih huruf, dari ratusan jumlah rancangan atau desain jenis huruf yang tersedia, menggabungkannya dengan jenis huruf yang berbeda, menggabungkan sejumlah kata yang sesuai dengan ruang yang tersedia, dan menandai naska proses *typesetting*, menggunakan ketebalan dan ukuran huruf yang berbeda. Tipografi yang baik mengarah pada keterbacaan dan kemenarikan, dan desain huruf tertentu

dapat menciptakan gaya (style) dan karakter atau menjadi karakteristik subjek yang diiklankan”. Wiryana (1999: 32) mengatakan bahwa beberapa tipe huruf mengesankan nuansa-nuansa tertentu, seperti kesan berat, ringan, kuat, lembut, jelita, dan sifat-sifat atau nuansa yang lain.



Gambar 2.3 Tipografi

Sumber : (wikipedia.org, 7 Maret 2016)

Menurut Craig kalifikasi beberapa tipe huruf yang dilakukannya, Roman merupakan ciri huruf yang memiliki skrip/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, lemah gemulai, dan feminim. Huruf Egyptian adalah jenis huruf yang memiliki ciri kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, kekar, dan stabil. Huruf Sans Serif tanpa sirip/serif, jadi jenis huruf ini tidak memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien. Huruf Script menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkannya adalah sifat pribadi dan akrab. Huruf Miscellaneous

merupakan pengembangan dari bentuk-bentuk yang sudah ada. Ditambah hiasan dan ornamen, atau garis-garis dekoratif. Kesan yang dimiliki adalah dekoratif dan ornamental.

2.8 Fotografi



Gambar 2.4 Fotografi Hewan
Sumber : (digaleri.com, 7 Maret 2016)

Fotografi menurut Amir Hamzah Sulaeman mengatakan bahwa fotografi berasal dari kata foto dan grafi yang masing-masing kata tersebut mempunyai arti. Foto artinya cahaya dan grafi artinya menulis jadi arti fotografi secara keseluruhan adalah menulis dengan bantuan cahaya, atau lebih dikenal dengan menggambar dengan bantuan cahaya atau merekam gambar melalui media kamera dengan bantuan cahaya (1981: 94). Beberapa jenis komposisi dalam fotografi yang sering digunakan dari segi ukuran *Field of View* yaitu *Extreme Close Up* pengambilan gambar yang sangat dekat dengan objek, *Head Shot* pengambilan gambar sebatas kepala hingga dagu, *Close Up* pengambilan gambar dari atas kepala hingga bahu, *Medium Close Up* pengambilan gambar dari atas kepala hingga dada, *Mid Shot*

(setengah badan) pengambilan gambar dari atas kepala hingga pinggang, *Medium Shot* (tiga perempat badan) pengambilan gambar dari atas kepala hingga lutut, *Full Shot* (seluruh badan) pengambilan gambar dari atas kepala hingga kaki, *Long Shot* pengambilan gambar dengan memberikan porsi *background* atau *foreground* lebih banyak sehingga objek terlihat kecil atau jauh.

Dalam pengambilan gambar, fotografi dibutuhkan teknik yang tepat agar menghasilkan gambar yang sesuai keinginan. *Slow Speed / Blurring* efek blur terhadap benda yang bergerak namun hasil jelas pada obyek diam. *High Speed / Freezing* membuat objek bergerak seakan-akan menjadi beku. *Panning* pengambilan foto yang seakan-akan bergerak dengan menunjukkan *background* yang dibuat blur. *Continuous Shoot* pengambilan gambar dari situasi ketika adanya gerakan yang dilakukan objek, seperti memotret hewan. *Zooming* teknik foto yang memberikan kesan gerak dengan mengubah panjang fokus lensa pada saat *exposure*. *Depth of Field* berguna untuk menunjukkan ruangan tertentu di dalam foto yang mendapat perhatian khusus oleh mata karena adanya perbedaan ketajaman fokus (Nugrahajati, 2013: 24-35).

2.9 STP (*Segmentasi, Targeting, Positioning*)

Diungkapkan oleh Kotler (2011: 136) Perusahaan menawarkan produk unggulannya kepada masyarakat luas. Akan tetapi, untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal perusahaan harus memilih pasar apa yang ingin mereka layani.

Segmentasi pasar merupakan konsep dasar dalam strategi pemasaran perusahaan dan pengalokasian sumber daya yang harus dilakukan dalam rangka mengimplementasikan program pemasaran dalam buku Tjiptono (2008: 211). Targetting menurut Tjiptono (2008: 211), merupakan proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik pemasaran. Positioning menurut Kasali (1998: 49) adalah salah satu strategi untuk memasukan jendela otak konsumen. Positioning tidak dianggap penting bilamana pesaing sudah sangat sengit.

