

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Buku

Menurut *Ensiklopedi Indonesia*, 1980, hlm. 538. buku dalam arti luas mencakup semua tulisan dan gambar yang ditulis dan dilukiskan atas segala macam lembaran papyrus, lontar, perkamen dan kertas dengan segala bentuknya: berupa gulungan, di lubangi dan diikat dengan atau dijilid muka belakangnya dengan kulit, kain, karton dan kayu. H.G. Andriese menyebutkan buku merupakan “informasi tercetak di atas kertas yang dijilid menjadi satu kesatuan”. Unesco pada tahun 1964, dalam H.G. Andriese. Memberikan pengertian buku sebagai “Publikasi tercetak, bukan berkala, yang sedikitnya sebanyak 48 halaman”. Menurut Wikipedia, buku adalah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar.

Sesuai dengan tiga definisi buku di atas, maka buku diartikan sebagai kumpulan kertas tercetak dan terjilid berisi informasi dengan jumlah halaman paling sedikit 48 halaman yang dapat dijadikan salah satu sumber dalam proses belajar dan membelajarkan

2.2 Pengertian Fotografi

Menurut artikel pada blog yang berjudul *pengertian dan sejarah singkat fotografi*, fotografi (dari bahasa Inggris: *photography*, yang berasal dari kata Yunani yaitu "photos" : Cahaya dan "Grafo" : Melukis/menulis.) adalah proses melukis/menulis dengan menggunakan media cahaya. Sebagai istilah umum, fotografi berarti proses atau metode untuk menghasilkan gambar atau foto dari

suatu obyek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek tersebut pada media yang peka cahaya. Alat paling populer untuk menangkap cahaya ini adalah kamera. Tanpa cahaya, tidak ada foto yang bisa dibuat.

Prinsip fotografi adalah memokuskan cahaya dengan bantuan pembiasan sehingga mampu membakar medium penangkap cahaya. Medium yang telah dibakar dengan ukuran luminitas cahaya yang tepat akan menghasilkkan bayangan identik dengan cahaya yang memasuki medium pembiasan (selanjutnya disebut lensa).

Untuk menghasilkan intensitas cahaya yang tepat untuk menghasilkan gambar, digunakan bantuan alat ukur berupa lightmeter. Setelah mendapat ukuran pencahayaan yang tepat, seorang fotografer bisa mengatur intensitas cahaya tersebut dengan mengubah kombinasi ISO/ASA (ISO Speed), diafragma (Aperture), dan kecepatan rana (speed). Kombinasi antara ISO, Diafragma & Speed disebut sebagai pajanan (exposure).

2.2.1 Sejarah Fotografi

Menurut artikel yang berjudul *Sejarah Fotografi* menjelaskan bahwa fotografi secara umum baru dikenal sekitar 150 tahun lalu. Ini jika kita membicarakan fotografi yang menyangkut teknologi. Namun, jika kita bicarakan masalah gambar dua dimensi yang dihasilkan dari peran cahaya, sejarah fotografi sangatlah panjang. Dari yang bisa dicatat saja, setidaknya “fotografi” sudah tercatat sebelum Masehi.

Dalam bukunya Alma Davenport, *The History of Photography*, 1991 disebutkan bahwa pada abad ke-5 sebelum Masehi, Mo Ti sudah mengamati sebuah gejala awalnya. Pada dinding ruangan yang gelap terdapat lubang, ia

memperhatikan di bagian dalam ruang itu akan terefleksikan pemandangan di luar ruang secara terbalik lewat lubang tadi. Kemudian, pada abad ke-10 Masehi, Ibn al-Haitham menemukan fenomena yang sama pada tenda miliknya yang bolong.

Hanya sebatas itu informasi yang masih bisa kita gali seputar sejarah awal fotografi karena keterbatasan catatan sejarah. Bisa dimaklumi, di masa lalu informasi tertulis amat jarang. Fotografi lalu mulai tercatat resmi pada abad ke-19, lalu terpacu bersama kemajuan-kemajuan lain yang dilakukan manusia sejalan dengan gencarnya kemajuan teknologi.

Tahun 1000, Al-Hazen, menulis bahwa citra dapat dibentuk dari cahaya yang melewati sebuah lubang kecil.

Sekitar 400 tahun kemudian, Leonardo da Vinci, juga menulis mengenai fenomena yang sama.

Tahun 1558, Battista Della Porta, diklaim sebagai penemu prinsip kerja kamera melalui bukunya tentang *cameraobscura*. Karyanya itu kemungkinan didasari pada penemuan-penemuan da Vinci.

Awal abad 17, ilmuwan Italia, Angelo Sala, membuktikan bila serbuk perak nitrat dikenai cahaya, warnanya akan berubah menjadi hitam. Dengan komponen kimia tersebut, ia berhasil merekam gambar-gambar, walau tak bertahan lama. Masalah yang belum bisa diatasinya adalah cara menghentikan proses kimia setelah gambar terekam, agar gambar-gambar menjadi permanen.

Tahun 1727, Johann Heinrich Schuize, profesor farmasi dari Universitas di Jerman, juga menemukan hal serupa pada percobaan yang tak berhubungan dengan fotografi. Ia memastikan bahwa komponen perak nitrat menjadi hitam karena cahaya, dan bukan oleh panas.

Sekitar tahun 1800, Thomas Wedgwood, berkebangsaan Inggris, bereksperimen merekam gambar positif dari citra yang telah melewati *camera obscura* (sekarang disebut kamera), tapi hasilnya masih sangat mengecewakan. Lalu ia berkonsentrasi seperti yang dilakukan Schuize, dengan membuat gambar-gambar negatif (sekarang dikenal dengan *fotogram*) pada kulit atau kertas putih yang telah disaputi komponen perak. Ia menggunakan cahaya matahari sebagai penyinaran.

Tahun 1824, setelah melalui berbagai proses penyempurnaan oleh banyak ahli berbagai bidang di berbagai Negara, akhirnya Joseph Nieephore Niepee, seorang *lithograf* Perancis berhasil membuat gambar permanen pertama yang dapat disebut “foto” (tidak menggunakan kamera). Ia melalukannya melalui proses *heliogravure* (proses kerja yang mirip *lithograf*) dengan menggunakan sejenis aspal (*bitumen of judea*) sebagai bahan kimia dasarnya.

Agustus 1827, Niepee berjumpa dengan Louis Daguerre, pria Perancis pelulis yang ahli dalam banyak ketetrampilan. Mereka bekerjasama untuk menghasilkan foto melalui penggunaan kamera.

Tahun 1829, Niepee secara resmi bekerjasama dengan Daguerre, namun Niepee meninggal dunia pada 1833.

7 Januari 1839, Daguerre mengumumkan hasil penelitiannya kepada Akademi Ilmu Pengetahuan Perancis. Hasil kerja berupa foto-foto permanen itu disebut *Daguerretype*, yang tak dapat diperbanyak (*reprint/repro*). Saat itu Daguerre telah memiliki foto studio komersil. *Daguerretype* tertua yang masih ada hingga kini, diciptakannya tahun 1837.

25 Januari 1839, William Henry Fox Talbot, ilmuwan Inggris, memaparkan hasil penemuannya berupa proses fotografi modern kepada Institut Kerajaan Inggris. Berbeda dengan Daguerre, ia menemukan sistem negatif-positif di atas kertas, yang berbahan dasar perak nitrat. Walau telah menggunakan kamera, sistem itu masih sederhana.

Juni 1840, Talbot memperkenalkan *Calotype*, perbaikan dari sistem sebelumnya, juga menghasilkan negatif di atas kertas.

Oktober 1847, Abel Niepee de St Victor, keponakan Niepee, memperkenalkan penggunaan kaca sebagai *base* negatif menggantikan kertas.

Januari 1850, seorang ahli kimia Inggris, Robert Bingham, memperkenalkan penggunaan *collodion* sebagai emulsi foto, yang saat itu cukup populer dengan sebutan *Wet-Plate* Fotografi. Setelah berbagai perkembangan dan penyempurnaan, penggunaan roll film pun mulai dikenal.

Juni 1888, George Eastman asal Amerika, menciptakan revolusi fotografi dunia hasil penelitiannya sejak 1877. Ia menjual produk baru dengan merek KODAK, berupa sebuah kamera *box* kecil dan ringan, yang telah berisi *roll* film (dengan bahan kimia perak *bromida*) untuk 100 *exposure*. Produk baru itu memungkinkan siapa saja dapat memotret dengan leluasa karena ukurannya yang relative kecil.

Hingga kini, teknologi fotografi terus mengalami perkembangan, dan berevolusi menjadi film-film digital mutakhir tanpa menggunakan *roll* film.

2.2.2 Sejarah Fotografi Di Indonesia

Menurut artikel dalam blog yang berjudul "*Sejarah Fotografi di Indonesia*", lika liku adanya sejarah fotografi di Indonesia tidak lepas dari momen dan

kaitannya dengan politik-sosial yang terjadi di Indonesia. Fotografi mulai masuk di Indonesia pada era 1840 setahun setelah fotografi ditemukan oleh seorang petugas media, Jurrian Munnich yang berasal dari negeri kincir angin. Ia yang membawa dunia fotografi kepada Indonesia. Munich diberi tugas mengabadikan tanaman-tanaman serta kondisi alam yang ada di Indonesia sebagai cara untuk mendapatkan informasi seputar kondisi alam. Sejak saat itu, kamera menjadi bagian dari teknologi modern yang dipakai Pemerintah Belanda untuk menjalankan kebijakan barunya. Penguasaan dan kontrol terhadap tanah jajahan tidak lagi dilakukan dengan membangun benteng pertahanan atau penempatan pasukan dan meriam, melainkan dengan cara menguasai teknologi transportasi dan komunikasi modern. Dalam kerangka ini, fotografi menjalankan fungsinya lewat pekerja administratif kolonial, pegawai pengadilan, opsir militer, dan misionaris. Pada saat itu Munich membawa sebuah dauguerreotyp.

Singkat cerita pada akhirnya Munich dituliskan dalam sejarah “Kali Madioen”, saat ia memotret alam di Jawa Tengah. Karyanya menjadi salah satu karya foto Munich yang dianggap paling sukses saat itu. Tugas diteruskan kepada Adolf Schaefer yang tiba di Batavia (sekarang Jakarta) pada tahun 1844. Schaefer juga berhasil memotret objek-objek foto patung Hindu-Jawa dan foto Candi Borobudur. Sampai akhirnya dua bersaudara asal Inggris, Albert Walter Woodbury dan James Page datang ke Indonesia pada tahun 1857 yang menjadi titik terang dimulainya sejarah pendokumentasian Indonesia secara lengkap. Foto-foto yang dihasilkan kedua bersaudara ini adalah upacara-upacara tradisional, suku-suku pedalaman dan bangunan-bangunan kuno di Indonesia.

Kasian Cephas adalah warga lokal asli. Ia dilahirkan pada tanggal 15 Februari 1844 di Yogyakarta. Cephas sebenarnya adalah asli pribumi yang kemudian diangkat sebagai anak oleh pasangan Adrianus Schalk dan Eta philipina Kreeft, lalu disekolahkan ke Belanda. Cephas lah yang pertama kali mengenalkan dunia fotografi ke masyarakat Indonesia. Meski demikian, literatur-literatur sejarah Indonesia sangat jarang menyebut namanya sebagai pribumi pertama yang berkarir sebagai fotografer profesional. Nama Kassian Cephas mulai terlacak dengan karya fotografi tertuanya buatan tahun 1875.

Dibutuhkan waktu hampir seratus tahun bagi bangsa ini untuk benar-benar mengenal dunia fotografi. Masuknya Jepang pada tahun 1942 telah menciptakan kesempatan bagi bangsa Indonesia untuk menyerap teknologi ini. Demi kebutuhan propagandanya, Jepang mulai melatih orang Indonesia menjadi fotografer untuk bekerja di kantor berita mereka, Domei. Pada saat itulah muncul nama Mendur Bersaudara. Merekalah yang membentuk imaji baru tentang bangsa Indonesia.

Lewat fotografi, Mendur bersaudara berusaha menggiring mental bangsa ini menjadi bermental sama tinggi dan sederajat. Frans Mendur bersama kakaknya, Alex Mendur, juga menjadi icon bagi dunia fotografer nasional. Mereka kerap merekam peristiwa-peristiwa penting bagi negeri ini, salah satunya adalah mengabadikan detik-detik pembacaan Proklamasi Kemerdekaan Republik Indonesia. Inilah momentum ketika fotografi benar-benar “sampai” ke Indonesia, ketika kamera berpindah tangan dan orang Indonesia mulai merepresentasikan dirinya sendiri.

2.2.3 Jenis Jenis Fotografi

Dalam artikel pada blog yang berjudul *Pengenalan Jenis-jenis Foto dan Teknik Dasar Pemotretan* menjelaskan bahwa materi jenis-jenis foto ini bertujuan untuk memperkenalkan beberapa jenis foto sebagai referensi lebih jauh lagi dalam memperdalam pengetahuan dunia fotografi. Jenis-jenis foto disini hanya sebagai pengelompokan secara garis besar, yang membantu mempermudah kita dalam memahami sebuah karya fotografi, dan ini bukan sebagai penggolongan yang paten untuk menghasilkan karya foto.

a. Foto Manusia

Foto manusia adalah semua foto yang obyek utamanya manusia, baik anak-anak sampai orang tua, muda maupun tua. Unsur utama dalam foto ini adalah manusia, yang dapat menawarkan nilai dan daya tarik untuk divisualisasikan. Foto ini dibagi lagi menjadi beberapa kategori yaitu :

1) Portrait

Portrait adalah foto yang menampilkan ekspresi dan karakter manusia dalam kesehariannya. Karakter manusia yang berbeda-beda akan menawarkan image tersendiri dalam membuat foto portrait. Tantangan dalam membuat foto portrait adalah dapat menangkap ekspresi obyek (mimic, tatapan, kerut wajah) yang mampu memberikan kesan emosional dan menciptakan karakter seseorang.

2) Human Interest

Human Interest dalam karya fotografi adalah menggambarkan kehidupan manusia atau interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari serta ekspresi emosional yang memperlihatkan manusia dengan masalah kehidupannya, yang

mana kesemuanya itu membawa rasa ketertarikan dan rasa simpati bagi para orang yang menikmati foto tersebut.

3) **Stage Photography**

Stage Photography adalah semua foto yang menampilkan aktivitas/gaya hidup manusia yang merupakan bagian dari budaya dan dunia entertainment untuk dieksploitasi dan menjadi bahan yang menarik untuk divisualisasikan.

4) **Sport**

Foto olahraga adalah jenis foto yang menangkap aksi menarik dan spektakuler dalam event dan pertandingan olah raga. Jenis foto ini membutuhkan kecermatan dan kecepatan seorang fotografer dalam menangkap momen terbaik.

b. Foto Nature

Dalam jenis foto nature obyek utamanya adalah benda dan makhluk hidup alami (natural) seperti hewan, tumbuhan, gunung, hutan dan lain-lain.

1) **Foto Flora**

Jenis foto dengan obyek utama tanaman dan tumbuhan dikenal dengan jenis foto flora. Berbagai jenis tumbuhan dengan segala keanekaragamannya menawarkan nilai keindahan dan daya tarik untuk direkam dengan kamera.

2) **Foto Fauna**

Foto fauna adalah jenis foto dengan berbagai jenis binatang sebagai obyek utama. Foto ini menampilkan daya tarik dunia binatang dalam aktifitas dan interaksinya.

3) **Foto Lanskap**

Foto lanskap adalah jenis foto yang begitu populer seperti halnya foto manusia. Foto lanskap merupakan foto bentangan alam yang terdiri dari unsur langit, daratan dan air, sedangkan manusia, hewan, dan tumbuhan hanya sebagai unsur pendukung dalam foto ini. Ekspresi alam serta cuaca menjadi moment utama dalam menilai keberhasilan membuat foto lanskap.

c. Foto Arsitektur

Kemana pun anda pergi akan menjumpai bangunan-bangunan dalam berbagai ukuran, bentuk, warna dan desain. Dalam jenis foto ini menampilkan keindahan suatu bangunan baik dari segi sejarah, budaya, desain dan konstruksinya. Memotret suatu bangunan dari berbagai sisi dan menemukan nilai keindahannya menjadi sangat penting dalam membuat foto ini. Foto arsitektur ini tak lepas dari hebohnya dunia arsitektur dan teknik sipil sehingga jenis foto ini menjadi cukup penting peranannya.

d. Foto Stilllife

Foto *still life* adalah menciptakan sebuah gambar dari benda atau obyek mati. Membuat gambar dari benda mati menjadi hal yang menarik dan tampak “hidup”, komunikatif, ekspresif dan mengandung pesan yang akan disampaikan merupakan bagian yang paling penting dalam penciptaan karya foto ini. Foto *still life* bukan sekadar menyalin atau memindahkan objek ke dalam film dengan cara seadanya, karena bila seperti itu yang dilakukan, namanya adalah mendokumentasikan. Jenis foto ini merupakan jenis foto yang menantang dalam menguji kreatifitas, imajinasi, dan kemampuan teknis.

e. Foto Jurnalistik

Foto jurnalistik adalah foto yang digunakan untuk kepentingan pers atau kepentingan informasi. Dalam penyampaian pesannya, harus terdapat caption (tulisan yang menerangkan isi foto) sebagai bagian dari penyajian jenis foto ini. Jenis foto ini sering kita jumpai dalam media massa (Koran, majalah, bulletin, dll).

2.2.4 Jenis Kamera

Menurut Gernsheim, Helmut (1986). *A Concise History of Photography* (ed. 3). Mineola, New York, jenis kamera terbagi menjadi 3 jenis, yaitu sebagai berikut:

a. Kamera Film

Kamera ini menggunakan pita seluloid sebagai media penangkap cahaya.

Adapun jenis film dibagi lagi berdasarkan ukuran panjang diagonalnya:

- 1) Small format (35mm)
- 2) Medium format (100-120mm)

3) Large format

Dari ketiga format film di atas, yang paling populer adalah format 35mm atau biasa disebut film 135.

b. Kamera Polaroid

Kamera jenis ini menggunakan lembaran polaroid sebagai media penangkap cahaya dan langsung memberikan gambar positif sehingga pemotret tidak perlu lagi melakukan proses cuci cetak film.

c. Kamera digital

Kamera jenis ini memakai image-sensor atau sensor gambar sebagai media penangkap cahaya dan media penyimpanannya menggunakan memory card.

2.3 Promosi



2.4 Tipografi

Tipografi merupakan istilah yang sering digunakan sebagai cara memilih dan mengelola huruf dalam desain grafis. Pengelolahan tipografi akan sangat menentukan keberhasilan dalam desain, karena dibaca tidaknya sebuah pesan tergantung pada huruf yang digunakan, keterbacaan huruf, dan tergantung cara penyusunannya pula.

Berdasarkan fungsinya, huruf dibagi menjadi dua macam yaitu huruf teks dan huruf judul (Supriyono, 2010:23). Jika menggunakan huruf teks, sebaiknya memilih huruf yang sederhana dan akrab dengan pembaca misalnya Time New Roman dan Arial, nilai keterbacaan jauh lebih penting dari pada nilai keindahan. Sedangkan untuk huruf judul, dapat menggunakan jenis huruf yang sedikit unik dengan tetap menjaga nilai keterbacaan dan kesesuaian untuk menarik minat pembaca. Pemakaian huruf yang berlebihan akan memberikan kesan *crowded* atau berdesakan. Kesederhanaan huruf menjadi syarat untuk menciptakan sebuah desain yang nyaman untuk dibaca.

Menurut (Rustan, 2011: 1-10) pengelompokan huruf sesuai garis besar antara lain :

a. Serif

Huruf jenis serif dapat dikenali memiliki kait yang terdapat diujung – ujungnya. Selain membantu keterbacaan, serif juga memudahkan saat diukir ke batu.

b. Sans Serif

Huruf jenis sans serif tidak memiliki kait yang terdapat diujung – ujungnya. Sans serif melambangkan kesederhanaan.

c. Script

Jenis huruf ini juga sering disebut kursif. Huruf ini menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi, akrab, keanggunan, dan kepuasan. Seperti halnya huruf Jawa adalah salah satu contohnya.

Huruf *San serif* cocok untuk *heading* karena memiliki karakter yang elegan, lugas, tegas, simple dan mudah dibaca. Sementara untuk serif memiliki kesan luwes, fleksibel, familier, dan lebih nyaman dibaca untuk teks panjang (Supriyono, 2010:32).

Pemilihan huruf yang tepat belum tentu menghasilkan teks yang nyaman untuk dibaca, untuk itu perlu beberapa pertimbangan untuk mengelola huruf, diantaranya :

Pemilihan huruf yang tepat belum tentu menghasilkan teks yang nyaman untuk dibaca, untuk itu perlu beberapa pertimbangan untuk mengelola huruf, diantaranya:

1) Ukuran Huruf

Nilai keterbacaan sebuah huruf ditentukan pula oleh besar kecil huruf yang digunakan. Jika ingin menonjolkan judul sebagai *eye catcher* maka huruf perlu dibuat besar, tebal, dan kontras.

Sedangkan jika ingin menonjolkan gambar atau unsur visual pada desain maka judul bisa dibuat lebih kecil agar komposisinya enak dilihat dan tidak bersaing merebut perhatian pembaca.

2) Variasi Huruf

Tebal tipis sebuah huruf juga berpengaruh pada keterbacaan sebuah desain. Huruf tebal biasanya digunakan untuk *display* atau *eye catcher*. Huruf tebal efektif jika digunakan pada poster, iklan, leaflet, dan publikasi lainnya. Sedangkan huruf tipis cocok digunakan untuk menyampaikan pesan yang halus, sopan, dan informasi yang ringan, yang didukung dengan latar yang cukup kontras.

3) Panjang Baris atau Lebar Kolom

Pengaturan panjang baris perlu disesuaikan dengan spasi dan ukuran huruf. Menurut penelitian spencer, jumlah huruf per baris yang nyaman dibaca adalah sekitar 60 karakter. Baris teks yang terlalu pendek mengakibatkan banyak penggalan kata yang dapat mengganggu kenyamanan saat membaca.

4) Spasi Baris (*Leading*)

Pengaturan jarak baris ini bertujuan untuk kenyamanan membaca (*readability*) dan keindahan (*aesthetic*). Kerapatan baris dapat disesuaikan dengan panjang baris. Terkadang hanya butuh kepekaan rasa untuk menentukan jarak baris sesuai dengan komposisi, dan keseimbangan pada desainnya.

5) Spasi Huruf, *kerning*, dan *tracking*

Kerning merupakan pengaturan spasi huruf yang hanya dilakukan pada dua huruf berdampingan dalam satu kata. *Tracking* merupakan spasi huruf dalam satu kata yang dirapatkan atau diregangkan. Keduanya dilakukan tentu untuk memberikan kemudahan membaca.

6) Bentuk Susunan

Dalam perancangan tipografi penataan baris (*alignment*) memiliki peranan penting sebagai penunjang *legability* (keterbacaan) serta estetika dari perancangan. Berdasarkan bentuk susunannya, baris teks dapat ditata dengan lima cara, yaitu: (1) rata kiri/*flush left*, (2) rata kanan/*flush right*, (3) rata tengah/*centered*, (4) rata kiri kanan/*justified*, dan (5) asimetris/*random*.

2.5 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 buku monumen bersejarah di kota Surabaya. Untuk mengatur layout, di perlukan pengetahuan akan jenis-jenis layout.

Berikut adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik brosur, majalah, iklan maupun pada buku.

a. *Mondrian Layout*

Mengacu pada konsep seorang pelukis Belanda bernama Piet Mondrian, yaitu penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk *square / landscape / portait*, dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian dan memuat gambar / *copywriting* yang saling berpadu sehingga membentuk suatu komposisi yang konseptual.

b. *Multi Panel Layout*

Bentuk iklan dimana dalam satu bidang penyajian dibagi menjadi beberapa tema visual dalam bentuk yang sama (*square/double square* semuanya).

c. *Picture Window Layout*

Tata letak iklan dimana produk yang diiklankan ditampilkan secara *close up*. Bisa dalam bentuk produknya itu sendiri atau juga bisa menggunakan model (*public figure*).

d. *Copy Heavy Layout*

Tata letaknya mengutamakan pada bentuk *copy writing* (naskah iklan) atau dengan kata lain komposisi *layout* nya didominasi oleh penyajian teks (copy).

e. *Frame Layout*

Suatu tampilan iklan dimana border/bingkai/frame nya membentuk suatu naratif (mempunyai cerita).

f. *Shilhouette Layout*

Sajian iklan yang berupa gambar ilustrasi atau tehnik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa *Text-Rap* atau warna *spot color* yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan tehnik fotografi.

g. *Type Specimen Layout*

Tata letak iklan yang hanya menekankan pada penampilan jenis huruf dengan point size yang besar. Pada umumnya hanya berupa *Head Line* saja.

h. *Sircus Layout*

Penyajian iklan yang tata letaknya tidak mengacu pada ketentuan baku. Komposisi gambar visualnya, bahkan kadang-kadang teks dan susunannya tidak beraturan.

i. *Jumble Layout*

Penyajian iklan yang merupakan kebalikan dari *sircus layout*, yaitu komposisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.

j. *Grid Layout*

Suatu tata letak iklan yang mengacu pada konsep grid, yaitu desain iklan tersebut seolah-olah bagian per bagian (gambar atau teks) berada di dalam *skala grid*.

k. *Bleed Layout*

Sajian iklan dimana sekeliling bidang menggunakan *frame* (seolah-olah belum dipotong pinggirnya). Catatan: Bleed artinya belum dipotong menurut pas cruis (utuh) kalau Trim sudah dipotong.

l. *Vertical Panel Layout*

Tata letaknya menghadirkan garis pemisah secara *vertical* dan membagi layout iklan tersebut.

m. *Alphabet Inspired Layout*

Tata letak iklan yang menekankan pada susunan huruf atau angka yang berurutan atau membentuk suatu kata dan diimprovisasikan sehingga menimbulkan kesan narasi (cerita).

n. *Angular Layout*

Penyajian iklan dengan susunan elemen visualnya membentuk sudut kemiringan, biasanya membentuk sudut antara 40-70 derajat.

o. *Informal Balance Layout*

Tata letak iklan yang tampilan elemen visualnya merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

p. *Brace Layout*

Unsur-unsur dalam tata letak iklan membentuk letter L (L-Shape). Posisi bentuk L nya bisa tebalik, dan dimuka bentuk L tersebut dibiarkan kosong.

q. *Two Mortises Layout*

Penyajian bentuk iklan yang penggarapannya menghadirkan dua inset yang masing-masing memvisualkan secara diskriptif mengenai hasil penggunaan/detail dari produk yang ditawarkan.

r. *Quadran Layout*

Bentuk tampilan iklan yang gambarnya dibagi menjadi empat bagian dengan volume / isi yang berbeda. Misalnya kotak pertama 45%, kedua 5%, ketiga 12%, dan keempat 38%. (mempunyai perbedaan yang menyolok apabila dibagi empat sama besar).

s. *Comic Script Layout*

Penyajian iklan yang dirancang secara kreatif sehingga merupakan bentuk media komik, lengkap dengan captions nya.

t. *Rebus Layout*

Susunan layout iklan yang menampilkan perpaduan gambar dan teks sehingga membentuk suatu cerita.

2.6 Ilustrasi

Ilustrasi dalam karya desain komunikasi visual dibagi menjadi dua, yaitu ilustrasi yang dihasilkan dengan tangan atau gambar dan ilustrasi yang dihasilkan oleh kamera atau fotografi. Menurut Wirya (1999:32) ilustrasi dapat mengungkapkan sesuatu secara lebih cepat dan lebih efektif daripada teks. Dengan ilustrasi, maka pesan menjadi lebih berkesan, karena pembaca akan lebih mudah mengingat gambar daripada kata-kata.

2.7 Warna

Warna merupakan elemen penting yang dapat mempengaruhi sebuah desain. Pemilihan warna dan pengolahan atau penggabungan satu dengan lainnya akan dapat memberikan suatu kesan atau image yang khas dan memiliki karakter yang unik, karena setiap warna memiliki sifat yang berbeda-beda. Danger (1992:51) menyatakan bahwa warna adalah salah satu dari dua unsur yang menghasilkan daya tarik visual, dan kenyataannya warna lebih berdaya tarik pada emosi daripada akal.

2.8 Event

Menurut *website* Wikipedia.org dalam postingan tanggal 26 September 2014 event adalah sebuah rangkaian kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh perusahaan atau pemilik *brand* sehingga dapat menjalin interaksi langsung antara pelanggan dengan perusahaan pemilik *brand* dalam suatu aktivitas tertentu. Event merupakan sebuah aktivitas dua arah dimana perusahaan bergerak langsung untuk mendekati target audiencenya. Selain itu, bentuk event juga sering dimanfaatkan

oleh pemasar untuk mempromosikan produknya ialah *sport event*, *exhibiton*, *seminar*, perlombaan, dan lain-lain.

2.8.1 Fungsi Event

Fungsi promosi *event* menurut Prabu Agus dalam buku *Event Organizer dan Wedding Organizer* adalah untuk memberitahukan tentang adanya sebuah event. Langkah ini berguna untuk menjaring partisipan sebanyak-banyaknya yang akan terlibat demi kesuksesan even tersebut. Calon partisipan yang hendak berpartisipasi mengetahui bahwa keikutsertaan dalam event tersebut dalam event itu membawa manfaat bagi produk atau jasa yang dikelolanya itu.

2.8.2 Manfaat Event

Menurut Pius A. Partanto, M. Dahlan Al-Barry, Kamus Ilmiah Populer, 585. Manfaat event ditinjau dari segi produsen penyedia produk atau penyedia jasa adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai tempat alternatif yang baik untuk menjual.
- b. Memperbaiki citra produk atau jasa. Dengan mengikuti sebuah even diharapkan produk jasa yang berpartisipasi dapat semakin dikenal oleh masyarakat luas.
- c. Mempertahankan citra produk/jasa.
- d. Memberikan informasi selengkap mungkin secara langsung kepada masyarakat.
- e. Saling mejajaki aktivitas pesaing.

- f. Mencari partner usaha, menggandeng investor, dan mitra kerja lainnya.

Selain itu, manfaat even ditinjau dari segi pengunjung adalah sebagai berikut:

- a. Dalam sebuah event, banyak informasi baru yang bisa didapatkan.
- b. Event tersebut akan memberikan pengetahuan secara Cuma-Cuma.
- c. Event memberikan berbagai hal yang ingin diketahui secara detail.
- d. Event bersifat edutainment. Memadukan unsur pendidikan dan hiburan kepada peserta atau pengunjung event.

2.8.3 Perancangan Event

Menurut artikel yang berperancangan-event-promosi

- a. Melakukan analisis SWOT (*Streight, Weakness, Opportunity, Threat*). Analisis SWOT adalah analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan.
- b. Menentukan tema. Tema adalah ide dasar, pokok pikiran dalam sebuah pertgelaran.
- c. Menentukan sasaran yang ingin dicapai. Target acara adalah tujuan dasar untuk mengadakan acara.
- d. Menyusun strategi untuk mencapai sasaran. Usai menentukan sasaran, langkah selanjutnya adalah strategi yang harus dilakukan untuk mencapai sasaran.

- e. Memilih waktu dan tempat. Setelah merancang strategi untuk meraih sasaran, maka selanjutnya adalah memilih waktu yang tepat untuk menggelar acara.
- f. Menyusun rancangan anggaran. Sebelum menjalankan sebuah even, sebuah rancangan anggaran menjadi sangat penting untuk mengetahui besarnya biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan event.
- g. Merancang media promosi. Setelah anggaran diselesaikan, maka perusahaan dapat merancang media untuk mempromosikan acara tersebut agar sampai di target audience.

2.8.4 Macam-macam Event

- a. Roadshow Event. Roadshow event adalah acara/event yang diadakan secara bergantian dari kota ke kota.
 - b. One day Occasion Event. Merupakan event yang hanya diadakan dalam satu hari saja.
 - c. Public Relation Event. Merupakan event yang diadakan oleh public relations perusahaan untuk memperkenalkan suatu produk baru.
- Festival atau exhibition. Merupakan sebuah event pameran sebuah produk dengan berbagai rangkaian acara yang diselenggarakan.