

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Brosur**

Brosur adalah aplikasi desain yang dicetak (print). Brosur biasanya dilipat, atau dijahit dan kadang-kadang berukuran kecil hingga bisa dimasukkan saku. Ukuran brosur bermacam-macam, dan harus didesain sesuai besar kecilnya anggaran. Brosur biasanya digunakan sebagai perangkat pemasaran sebuah perusahaan. Jadi, selain menampilkan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, di dalam brosur juga ditampilkan profil perusahaan atau organisasi terkait. Apapun gaya desainnya, yang penting apa yang tertuang di dalam brosur harus menggambarkan kemauan klien sehingga sesuai dengan tujuan mereka, baik secara visual maupun isinya (Yuliastanti 2008:3).

#### **3.2 Prinsip-Prinsip Layout**

Pada dasarnya layout dapat dijabarkan sebagai tataletak elemen – elemen desain terhadap sesuatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibawanya. Melayout adalah salah satu proses atau tahapan kerja dalam desain. Dapat dikatakan bahwa desain merupakan arsiteknya, sedangkan layout pekerjaannya Rustan (2014).

Menurut Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007: 277), prinsip layout Fig baik adalah yang selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu poporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan. Dalam pembuatan buku ini ain layout menjadi landasan dasar untuk menjadikan acuan dalam memberikan pduan dalam mendesain layout dari pembuatan buku makanan tradisional Iabaya. Untuk

mengatur layout, maka di perlukan pengetahuan akan jenis-jenis layout. Berikut adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik majalah, iklan, dan maupun sebuah buku.

#### 1. *Mondrian Layout*

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

#### 2. *Multi Panel Layout*

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

#### 3. *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).

#### 4. *Copy Heavy Layout*

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

### 5. *Frame Layout*

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

### 6. *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.

### 7. *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.

### 8. *Sircus Layout*

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

### 9. *Jumble Layout*

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

### 10. *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.

### *11. Bleed Layout*

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

### *12. Vertical Panel Layout*

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

### *13. 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).

### *14. Angular Layout.*

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

### *15. Informal Balance Layout*

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

### *16. 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.

### *17. 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.

### *18. 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).

### *19. Comic Script Layout*

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

### *20. Rebus Layout*

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

## **3.3 Garis (line)**

Garis adalah elemen visual yang dapat dipakai dimanapun dengan tujuan untuk memperjelas dan mempermudah pembaca (Supriyono, 2010:58). Garis merupakan salah satu unsur desain untuk terbentuknya sebuah gambar.

1. Garis memiliki sifat-sifat yang dapat memiliki arti atau kesan
2. Garis Datar, memiliki kesan lemah, tidur, dan mati.
3. Garis Lengkung memiliki kesan lemah, lembut dan mengarah.
4. Garis Patah, memiliki kesan hati-hati dan cermat.

5. Garis Miring, memiliki kesan menyudutkan.
6. Garis Berombak, memiliki kesan yang berirama.

Sifat-sifat garis tersebut adalah acuan untuk desain layout yang dapat menjadi acuan untuk mendukung dan menentukan desain layout untuk pembuatan brosur Bedrock hotel.

### 3.4 Warna

Menurut Sanyot (2009) Ketika mendapatkan cahaya, bentuk/benda apa saja termasuk sebuah karya seni/desain tentu akan menampilkan warna. Tanpa cahaya, warna tidak akan ada. Seperti halnya suara, warna merupakan fenomena getaran/gelombang, dalam hal ini gelombang cahaya. Warna merupakan getaran/gelombang yang diterima indra pendengaran. Warna warni adalah sama dengan not-not musik atau tangga nada suara.

Warna dapat didefinisikan secara objektif/fisik sebagai sifat cahaya yang dipancarkan, atau secara subjektif/psikologis sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan. Secara objektif atau fisik, warna dapat diperikan oleh panjang gelombang. Dilihat dari panjang gelombang, cahaya yang tampak oleh mata merupakan salah satu bentuk pancaran energi yang merupakan bagian yang sempit dari gelombang elektromagnetik.

Sebagai bagian dari pengalaman indra penglihatan, warna merupakan pantulan cahaya dari sesuatu yang disebut *pigmen* atau warna bahan yang lazimnya terdapat pada benda-benda, misalnya adalah cat, rambut, batu, daun, tekstil, kulit dan lain.lain. warna menjadi terlihat dikarenakan adanya cahaya yang menimpa suatu benda tersebut memantulkan cahaya ke mata (retina) yang

kemudian diterjemahkan oleh otak sebagai warna tertentu manakala pemilik otak tersebut tidak buta warna.

### 3.4.1 Dimensi-Dimensi Warna

Terdapat tiga dimensi warna yang sangat besar pengaruhnya terhadap tata rupa, yaitu hue, value, dan chroma. Hue adalah realitas /rona/corak warna, yaitu dimensi mengenai klasifikasi warna, nama warna, dan jenis warna. Value adalah tonalitas warna, yaitu dimensi tentang terang-gelap warna atau tua muda warna, disebut pula “ke-terang-an” warna (lightness). Chroma adalah intensitas warna, yaitu dimensi tentang cerah-hidup warna, cemerlang-suram warna (Brightness) intensitas ini disebabkan oleh adanya penyerapan atau peredaman warna (Saturation).

### 3.4.2 Klasifikasi dan Nama-nama Warna

Terdapat lima klasifikasi warna, yaitu warna primer, sekunder, intermediate, tersier, dan kuartier. Masing-masing memiliki kelompok nama-nama warna.

#### a. Warna Primer

Warna primer, atau disebut warna pertama, atau warna pokok. Disebut warna primer karena warna tersebut tidak dapat dibentuk dari warna lain. Disebut warna pokok karena warna tersebut dapat digunakan sebagai bahan pokok percampuran untuk memperoleh warna-warna yang lain.

1. Biru. nama warna sebenarnya adalah sian, yaitu biru semu hijau. Pada tube cat senng tidak ada warna sian. maka dapat digunakan cemlean blue atau bisa dengan cobalt blue. Warna sian yang sebenarnya terdapat pada warna bahan

tinta cetak dan printer komputer. Pada tube cat minyak lukis merek mahal sering ada juga sian.

2. Merah. nama sebenarnya magenta, yaitu merah semu ungu. Pada tube cat sering tidak ada warna magenta. Yang dekat dengan magenta adalah carmine. Sedangkan warna magenta yang sebenarnya terdapat pada warna bahan tinta cetak offset dan printer komputer. Pada tube cat minyak lukis merek mahal sering ada juga magenta.
3. Kuning, dalam tube cat disebut lemon yellow, dalam tinta cetak disebut yellow.

Dalam dunia percetakan. warna pokok dasar adalah sian (cyan). magenta (magenta). kuning (yellow). atau sering disingkat CMY. Jika Anda melihat hasil cetak foto wajah manusia atau foto/gambar pemandangan, sesungguhnya tinta yang digunakan hanya sian, magenta, dan kuning, dan dikuatkan dengan hitam/gelap. sehingga selalu disebut CMYK. K adalah persentase black/hitam/gelap.

Dalam komputer. juga terdapat model warna CMYK. Sehingga jika kita mendesain sesuatu yang akan dicetak agar nantinya hasilnya sama. sebaiknya menggunakan warna model CMYK.

#### **b. Warna Sekunder**

Warna sekunder atau disebut warna kedua adalah warna jadian dan percampuran dua warna primer. Nama-nama warna sekunder adalah sebagai berikut :

1. Orange. yakni warna hasil percampuran antara warna merah dan kuning.



2. Ungu/violet. yakni hasil petcampuran warna merah dan biru.
3. Hijau. yakni hasil percampuran warna kuning dan biru.

Tiga warna primer dan tiga warna sekunder tersebut sering disebut warna standard.

### c. Warna Intermediate

Warna intermediate adalah warna perantara. yaitu warna yang ada di antara warna primer dan sekunder pada lingkaran warna. Nama-nama warna intermediate adalah sebagai berikut :

1. Kuning hijau (sejenis *moon green*). yaitu warna yang ada di antara kuning dan hijau.
2. Kuning jingga (sejenis *deep yellow*). yaitu warna yang ada diantara kuning dan jingga.
3. Merah jingga (*red/vermilion*). yaitu warna yang ada di antara merah dan jingga.
4. Merah ungu (*purple*). yaitu warna yang ada diantara merah dan ungu/violet.
5. Biru violet (sejenis *blue/indigo*), yaitu warna yang ada di antara biru dan ungu/violet.
6. Biru hijau (sejenis *sea green*), yaitu warna yang ada di antara biru dan hijau.

Enam warna standar dan enam warna *intermediate* tersebut disusun dalam bentuk lingkaran, yang selanjutnya digunakan sebagai dasar teori warna.

### d. Warna Tersier

Warna tersier atau warna ketiga adalah warna hasil percampuran dari dua warna sekunder atau warna kedua. Nama-nama warna tersier adalah sebagai berikut.

1. Coklat kuning, disebut juga siena mentab, kuning tersier. *Yellow ochre*. atau *olive*. yaitu percampuran warna jingga dan bijau.
2. Coklat merah, disebut juga siena bakar, merah tersier. *Burnt siena*. atau *red brown*, yaitu percampuran warna jingga dan ungu.
3. Coklat biru, disebut juga siena sepi, biru tersier, *zaitun* Atau *navy blue*. yaitu percampuran warna hijau dan ungu.

#### e. Warna Kuarter

Warna kuarter atau warna keempat yaitu warna basil percampuran dari dua warna tersier atau warna ketiga Nama-nama warna kuarter adalah sebagai berikut :

1. Coklat jingga, atau jingga kuarter, atau semacam brown, adalah hasil percampuran kuning tersier dan merah tersier.
2. Coklat hijau, atau hijau kuarter. atau semacam moss green, adalah basil percampuran biru tersier dan kuning tersier. Di Jawa warna ini disebut "ijo telek Iencung".
3. Coklat ungu. atau ungu kuarter, atau semacam *deep purple*, adalah hasil percampuran merah tersier dan biru tersier.

### 3.5 Tipografi

Kusrianto (2007) Tipografi dalam konteks keilmuan saat ini sudah mengalami perkembangan dan kemajuan yang sangat pesat. Terlebih lagi setelah ditemukannya komputer dengan perangkat lunaknya. Penemuan ini sungguh lompatan yang sangat luar biasa bukan saja bagi perkembangan desain dan pernik-perniknya, tapi juga bagi tipografi sebagai seni yang mandiri maupun sebagai entitas yang menjadi bagian dari orkestra besar yang disebut komunikasi.

Lewat tipografi, sebuah ide atau gagasan bisa terwujud lebih nyata serta komunikatif dan kekuatannya sama dengan gambar atau ilustrasi pada saat ini. Bukan hanya itu, tipografi yang dulunya hanya tampil secara kaku, kini tampil dengan penuh gaya yang direka-reka sedemikian rupa untuk memberi kesan keindahan yang bukan sekedar estetis tapi tetap berkonsep serta mampu untuk tetap memberikan informasi dalam ranah komunikasi.

Secara definisi, yang dimaksud tipografi adalah seni dalam memilih, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf untuk keperluan pencetakan maupun reproduksi (Maharsi, 2013). Dikatakan pula tipografi adalah seni memilih jenis huruf dari sekian banyak jumlah huruf yang tersedia untuk digabungkan dengan jenis huruf yang berbeda serta menggabungkan sejumlah kata dalam ruang yang tersedia. Lebih lanjut, tipografi dikatakan baik jika menarik, terbaca dan menciptakan gaya serta karakter. Dalam definisi tersebut tipografi dipahami dalam kaitannya dengan kegiatan proses setting untuk keperluan proses produksi cetak mencetak. Jadi lebih kepada mengatur huruf-huruf yang telah dipilih tersebut dalam tata letak untuk keperluan cetak dan di samping itu tipografi harus memiliki gaya serta karakter. Lebih jauh dari pendapat tersebut dikatakan bahwa tipografi sebagai tata huruf yang merupakan unsur dalam karya desain yang mendukung terciptanya kesesuaian antara konsep dan komposisi karya. Pendapat ini lebih menekankan pada aspek tipografi dalam kaitannya dengan desain dan jika berkenaan dengan desain berarti memperhatikan adanya hasil karya yang sesuai dengan konsepnya. Artinya bahwa tipografi yang tervisual harus selaras dengan konsep pokok yang diembannya.

Jenis huruf yang telah ada, menata huruf-huruf dalam keterpaduan harmonis yang sesuai dengan konsep yang diusungnya. Dan yang terpenting adalah berkomunikasi kepada audiens tentang apapun melalui bahasa gambar huruf yang estetik, menarik dan komunikatif dengan berbagai sinergi aspek-aspek yang mendukung dan terkait dengannya. Sehingga sebetulnya cakupan tipografi saat ini sudah sangat luas. Bukan saja sebatas pada memilih huruf saja, tapi juga bagaimana mencipta huruf yang inovatif baik itu sebagai huruf mandiri ataupun kesatuan huruf yang utuh dari A sampai Z. Bagaimana proses kreatif dari penciptaan huruf-huruf tersebut baik secara konsep, estetika dan keselarasannya dalam aspek komunikasi yang menyatu dengan konsep utamanya. Juga bukan sebatas pada menata huruf saja, tapi juga memadupadankan secara estetik dengan karakter-karakter huruf yang lain dalam kesatuan komunikasi yang selaras dan harmoni jika dilihat secara utuh dan keseluruhan.

Menurut David Jury dalam Kusrianto (2007) tipografi lebih dipahami sebagai disiplin ilmu yang definisinya terkait dengan perkembangan zaman. David menyatakan bahwa secara tradisional, tipografi dihubungkan dengan desain dan lebih khusus lagi dengan industri cetak. Tapi karena perkembangan teknologi yang berkembang secara global dan memberi kemudahan dalam akses maka tipografi menjadi lebih sering digunakan untuk merujuk kepada tatanan (pengaturan) materi tertulis apapun dan tidak lagi terbatas hanya kepada hasil kerja seorang tipografer, sehingga dengan demikian pada saat ini menurut David, setiap orang adalah seorang tipografer.