

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Company Profile

3.1.1 Definisi Company Profile

Company profile berasal dari dua kata yang memiliki pengertian yang berbeda tetapi saling terkait, yakni kata “*company*” dan “*profile*” , dimana kedua kata tersebut dapat diartikan berdasarkan kamus (Echols dan Shadily 1992;449).

Company sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma, perseroan, persekutuan, kompi dan rombongan. Sedangkan profile merupakan tampang, penampang dan riwayat.

Menurut (Agustrijanto 2001: 133) company profile atau profile perusahaan yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku.

Pernyataan tersebut memberikan pengetahuan kepada kita bahwa pada awalnya company profile suatu perusahaan hanya berbentuk sebuah buku yang merupakan hasil print out yang berisi data-data dan segala sesuatu tentang perusahaan seperti yang dijelaskan diatas.

Company profile akan menyiratkan jiwa berusaha perusahaan tersebut (Agustrijanto 2001: 133). Dalam bahasa Indonesia company profile dapat diartikan sebagai profil perusahaan.

Dalam KBBI (1994: 789) *pro.fil* / *profil* dapat diartikan ...; 4) grafik atau ikhtisar yang memberikan fakta tentang hal-hal khusus. Sedangkan perusahaan dalam KBBI (1994: 1112), 1) kegiatan (pekerjaan dsb) yang diselenggarakan dengan peralatan atau dengan cara teratur dengan tujuan mencari keuntungan (dengan menghasilkan sesuatu, mengolah atau membuat barang-barang, berdagang, memberikan jasa, dsb) ; 2) organisasi yang berbadan hukum yang mengadakan transaksi atau usaha.

Jadi *company profile* atau profil perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran khusus tentang sebuah perusahaan yang bekerja secara teratur dengan tujuan untuk mencari keuntungan yang menyiratkan jiwa berusaha dari perusahaan tersebut. *Company profile* memang identik sebagai kerangka dasar berbisnis antar perusahaan, meski bisa saja ditujukan kepada target audience individual, atau kelompok tertentu dengan pertimbangan-pertimbangan khusus (Agustrijanto 2001: 134).

Sedangkan untuk fungsi dari *company profile* itu sendiri yang paling utama adalah sebagai media untuk menyimpan data atau file yng berisi tentang profil perusahaan, manajemen perusahaan dan data-data yang lain yang dapat digunakan sebagai media untuk berpromosi, ataupun hanya sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan kepada pasar atau audience.

3.2 Katalog

3.2.1 Pengertian Katalog

Katalog berasal dari bahasa Indonesia berasal dari kata *Catalog* dalam bahasa Belanda, serta *Catalogue* dari bahasa Inggris. Istilah katalog itu sendiri

berasal dari frase Yunani *Katalogos*. Kata bermakna sarana atau menurut, sedangkan *logos* memiliki berbagai arti seperti kata, susunan, alasan dan nalar. Jadi katalog dari segi kata bermakna sebuah karya dengan isinya disusun menurut cara yang masuk akal. Menurut sebuah simpanan rencana atau hanya berdasarkan kata demi kata.(strout 1957)

Beberapa definisi katalog menurut ilmu perpustakaan dapat disebutkan sebagai berikut :

- a. Katalog berarti daftar berbagai jenis koleksi perpustakaan yang disusun menurut sistem tertentu.(Fathmi, 2004)
- b. A catalogue is a list of, an index to, a collection of books and/or other materials. It enables the user to discover : what material is present in the collection, where this material may be found. (Hunter)
- c. suatu daftar yang sistematis dari buku dan bahan-bahan lain dalam suatu perpustakaan ,dengan informasi deskriptif mengenai pengarang, judul, penerbit, tahun terbit, bentuk fisik, subjek, ciri khas bahan dan tempatnya. (Gates)
- d. katalog perpustakaan adalah daftar buku atau koleksi pustaka dalam suatu perpustakaan atau dalam suatu koleksi. (Sulistyo Basuki, 1991)
- e. Katalog perpustakaan merupakan suatu rekaman atau daftar bahan pustaka yang dimiliki oleh suatu perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun menurut aturan dan sistem tertentu. (Syihabuddin Qalyubi. 2003)

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa katalog merupakan daftar dari koleksi perpustakaan atau beberapa perpustakaan yang disusun secara sistematis,

sehingga memungkinkan pengguna perpustakaan dapat mengetahui dengan mudah koleksi apa yang dimiliki oleh perpustakaan dan dimana koleksi tersebut dapat ditemukan.

3.2.2 Tujuan dan Fungsi Katalog

1. Tujuan Katalog

Menurut Sulistyo-Basuki (1991:319) tujuan dari Katalog adalah sebagai berikut:

- a. Memungkinkan seorang menemukan sebuah buku yang diketahui pengarangnya, judulnya atau subjeknya.
- b. Menunjukkan buku yang dimiliki perpustakaan oleh pengarang tertentu, berdasarkan subjek tertentu dan dalam jenis literatur tertentu.
- c. Membantu dalam pemilihan buku berdasarkan edisinya dan berdasarkan karakternya (sastra ataukah berdasarkan topik).

2. Fungsi Katalog

(Cutter, 1876 ; 10) menyebutkan tiga fungsi katalog yaitu :

- a. Memungkinkan seseorang menemukan sebuah buku yang diketahui dari pengarang, judul atau subyeknya.
- b. Menunjukkan apa yang dimiliki suatu perpustakaan oleh pengarang tertentu, pada subyek tertentu, dalam jenis literatur tertentu.
- c. Membantu dalam pemilihan buku berdasarkan edisinya atau berdasarkan karakternya (bentuk sastra atau berdasarkan topik)

Fungsi tersebut dikemukakan oleh Cutter lebih dari 100 tahun yang lalu, namun sampai saat ini masih sangat relevan tentunya dengan beberapa penyesuaian seperti istilah buku sebaiknya diganti dengan istilah koleksi. Sedangkan untuk katalog induk mempunyai fungsi tambahan antara lain mempermudah penyalinan katalog (copy cataloguing), mendukung pengawasan bibliografi (bibliographic control), dan menopang silang layan (inter library loan).

Qalyubi dkk (2007:138) menyebutkan fungsi katalog adalah sebagai berikut :

- a. Mencatat karya seseorang pada tajuk yang sama.
- b. Menyusun entri pengarang secara tepat sehingga semua karya seseorang berada pada tajuk yang sama.
- c. Mencatat semua judul bahan pustaka yang dimiliki suatu perpustakaan.
- d. Menunjukkan rujukan silang (*cross reference*) dari beberapa istilah atau nama-nama yang sama yang digunakan sebagai tajuk.
- e. Memberikan petunjuk letak/lokasi bahan pustaka yang disusun pada perpustakaan. memberikan uraian tentang setiap karya yang dimiliki suatu perpustakaan sehingga pengguna perpustakaan (*user*) dapat memperoleh informasi yang lengkap tentang karya itu.

Sedangkan Menurut Kao (2001:11), fungsi katalog adalah sebagai berikut:

- a. Memungkinkan seseorang menemukan sebuah buku yang diketahui pengarangnya, judulnya atau subyeknya.
- b. Menunjukkan buku yang dimiliki perpustakaan dari pengarang tertentu, berdasarkan subyek tertentu, atau dalam jenis literature tertentu.

- c. Membantu dalam pemilihan buku berdasarkan edisinya atau berdasarkan karakternya.
- d. Berfungsi sebagai sarana yang sangat diperlukan oleh staf perpustakaan di bagian pengadaan, pengatalogan, kontrol inventarisasi dan pekerjaan-pekerjaan referensi

3.3 Definisi Booklet

Booklet adalah media komunikasi massa yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang bersifat promosi, anjuran larangan-larangan kepada khalayak massa, dan berbentuk cetakan. Sehingga akhir dari tujuannya tersebut adalah agar masyarakat yang sebagai objek memahami dan menuruti pesan yang terkandung dalam mesdai komunikasi massa tersebut. (<http://digilib.petra.ac.id>.4 januari 2011).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000 : 537) *booklet* merupakan buku kecil atau merupakan suatu konsep fungsional untuk mempromosikan suatu produk atau tempat. Desain *booklet* yang baik dapat menciptakan suatu dorongan bagi konsumen untuk tertarik oleh apa yang dipromosikan *booklet* tersebut.

Desain *booklet* merupakan bagian dari desain komunikasi visual yang termasuk pada salah satu desain produk, estetika dan *usability* (menggunakan dalam suatu barang) suatu barang disempurnakan. Desain tersebut menghasilkan kreasi tentang bentuk, komposisi garis atau warna atau garis dan warna atau gabungannya yang berbentuk 2 dimensi atau 3 dimensi yang memberi kesan estetik atau indah (Sejati, 2008 : 2).

Menurut Sholeh dalam bukunya “Periklanan di Era Masa Kini”, menyebutkan, bahwa *booklet* adalah suatu sarana periklanan yang mampu menarik lebih banyak konsumen-konsumen produktif. Hal ini disebabkan oleh adanya *booklet* yang bisa mencakup tidak hanya satu produk saja, akan tetapi dapat mencakup berbagai jenis-jenis produk yang tu bisa membuat konsumen melakukan perbandingan dalam hal *marketing* (Wicaksono, 2011 : 38).

Dari sisi produksi dapat diambil pengertian bahwa *booklet* adalah sebuah media massa cetak yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, memberitahukan informasi. Sehingga pandangan umum masyarakat mengatakan bahwa *booklet* tidak jauh beda dengan promosi atau sponsor-sponsor. Sedangkan jika ditinjau dari penyebarluasannya, *booklet* mempunyai pengertian bahwa sebuah media dari komunikasi massa yang tidak hanya menyiarkan, memberitahukan, dan memasarkan, akan tetapi *booklet* ini juga bisa berupa sebuah perwujudan dari sebuah informasi yang bisa berupa pengertian-pengertian asal usul berdirinya organisasi, penyuluhan dari organisasi-organisasi, serta pemberitahuan masyarakat yang biasanya bersifat umum.

Karya *booklet* dibuat dalam berbagai macam bentuk dan tampilan yang dimaksudkan untuk memenuhi fungsi sebagai penunjang kegiatan dalam penyampaian informasi, sehingga beberapa komponen seperti teks dan gambar memiliki peranan penting terhadap fungsi dan tampilannya. Dalam hal ini, tipografi merupakan hal yang sangat penting dalam karya *booklet* dan memiliki peranan penting sebagai komponen utama penyampaian pesan secara verbal yang ditampilkan secara menarik (Yudiantoro, 2013 : 16).

3.3.1 Keunggulan Booklet

Booklet sebagai media sarana komunikasi massa sangat berperan dalam masa modern. Tawaran-tawaran yang menggiurkan dan dengan harga pembuatan yang relatif rendah menjadi alternatif pilihan bagi masyarakat.

Dalam *booklet* ada beberapa keunggulan-keunggulan, diantaranya:

- a. Menggunakan media cetak sehingga biaya yang dikeluarkannya itu bisa lebih murah jika dibandingkan dengan menggunakan media audio dan visual serta juga audio visual.
- b. Proses *booklet* agar sampai pada objek atau masyarakat bisa dilakukan sewaktu-waktu.
- c. Proses penyampaiannya juga bisa disesuaikan dengan kondisi yang ada lebih terperinci dan jelas, karena lebih banyak bisa mengulas tentang pesan yang disampaikan. (https://booklet-sebagai-alat-promosi_file/htm.4 januari 2011).

3.3.2 Penyampaian Pesan Melalui *Booklet*

Booklet memuat informasi yang menjelaskan tentang suatu produk, layanan, fasilitas umum, profil perusahaan, sekolah atau tempat hiburan lainnya dengan maksud memperkenalkan produk atau saran berikut informasi dalam *booklet* ditulisa dalam bahasa yang ringkas yang dimaksudkan mudah dipahami dalam waktu singkat.

Booklet juga didesain agar menarik perhatian dan dicetak di atas kertas yang baik agar terbangun citra baik produk yang dipromosikan. *Booklet* dapat menjelaskan dengan detail apa saja kelebihan suatu produk, keuntungan apa saja yang didapat konsumen bila membeli produk tersebut, bentuk fisik, warna, ukuran, serta bagaimana mendapatkan produk tersebut.

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat *booklet* yang baik, diantaranya:

- a. Dapat menarik perhatian orang untuk membaca lebih lama.
- b. Menggunakan bahasa singkat, jelas, dan sederhana agar mudah dimengerti.
- c. Pesan atau isi yang disampaikan harus relevan dengan gambar atau ornamen pada *booklet*.
- d. Pesan yang disampaikan harus mendetail tetapi dengan proporsi yang berimbang sehingga dapat mencakupi semuanya.
- e. Pencahayaan pada gambar produk pada saat pengambilan gambar harus lebih diperhitungkan agar tidak terlalu berbeda jauh dengan aslinya.

3.4 Elemen Desain

3.4.1 Elemen Dasar Desain

Desain merupakan salah satu cabang seni yang bentuk karyanya dinikmati dengan indera penglihatan dan rabaan. Oleh karena itulah, seni rupa dalam bahasa Inggris disebut *visual art*. Artinya karya seni yang dapat dilihat, memiliki wujud yang nyata (kasat mata).

Sebagai salah satu cabang seni, karya seni rupa memiliki beberapa elemen yang membentuknya, bagaimanapun sederhananya karya tersebut. Elemen-elemen pembentuk tersebut dalam dunia desain disebut dengan elemen desain. Dalam sebuah buku karangan Atisah Sipahelut yang berjudul *Seni Rupa dan Desain* menjelaskan unnsur-unsur tersebut meliputi:

1. Garis

Garis merupakan deretan titik yang menyambung dengan kerapatan tertentu, atau dpat pula berupa dua buah titik yang dihubungkan. Garis memiliki sifat memanjang dan memiliki arah tertentu. Walaupun memiliki unsur ketebalan, namun sifat yang paling menonjol adalah dimensi panjangnya. Dari bentuknya, garis dibedakan atas garis lurus, garis lengkung, dan garis patah (zig zag). Garis juga memiliki karakter tertentu tergantung pada media, teknik, dan tempat membuatnya.

2. Bidang / Bentuk

Bidang merupakan unsur rupa yang memiliki dimensi panjang dan lebar, sedangkan bentuk memiliki dimensi panjang, lebar, dan tinggi. Atau dengan kata lain bidang bersifat pipih, sedangkan bentuk memiliki isi atau volume. Dari bentuknya bidang maupun bentuk terdiri dari beberapa macam, yakni; bidang geometris, bidang biomorfis (organis), bidang bersudut, dan bidang tak beraturan. Bidang dapat terbentuk karena kedua ujung garis yang bertemu, atau dapat pula terjadi karena sapuan warna.

3. Tekstur

Tekstur merupakan sifat permukaan sebuah benda. Sifat permukaan dapat berkesan halus, kasar, kusam, mengkilap, licin, berpori dan sebagainya. Kesan-kesan tersebut dapat dirasakan melalui penglihatan dan rabaan. Oleh karena itu terdapat dua jenis tekstur, yaitu tekstur nyata, yaitu sifat permukaan yang menunjukkan kesan sebenarnya antara penglihatan mata dan rabaan, dan tekstur semu (maya), yaitu kesan permukaan benda yang antara penglihatan dan rabaan dapat berbeda kesannya.

4. Warna

Secara teori warna dapat dipelajari melalui dua pendekatan, yaitu teori warna berdasarkan cahaya (dipelopori Isac Newton), dan teori warna berdasarkan pigmen warna (Goethe) Teori warna berdasarkan cahaya dapat dilihat melalui tujuh spectrum warna dalam ilmu Fisika seperti halnya warna pelangi. Untuk kepentingan pembelajaran seni rupa, artikel ini membahas teori warna berdasarkan pigmen, yakni butiran halus pada warna.

Beberapa istilah yang perlu diketahui dalam teori warna pigmen diantaranya; 1) .Warna Primer, yakni warna dasar atau warna pokok yang tidak dapat diperoleh dari campuran warna lain. Warna primer terdiri dari merah, kuning, dan biru, 2). Warna Sekunder, yaitu warna yang diperoleh dari campuran kedua warna primer, misalnya warna ungu, oranye (jingga) , dan hijau, 3). Warna Tersier, yakni warna yang merupakan hasil percampuran kedua warna sekunder, 4). Warna analogous, yaitu deretan warna yang letaknya berdampingan dalam lingkaran warna, misalnya deretan dari warna ungu menuju warna merah, deretan warna hijau menuju warna kuning, dan lain-lain, 5). Warna komplementer, yakni

warna kontras yang letaknya berseberangan dalam lingkaran warna, misalnya, kuning dengan ungu, merah dengan hijau, dan lain-lain.

5. Gelap Terang

Dalam karya seni rupa dua dimensi gelap terang dapat berfungsi untuk beberapa hal, antara lain: menggambarkan benda menjadi berkesan tiga dimensi, menyatakan kesan ruang atau kedalaman, dan memberi perbedaan (kontras). Gelap terang dalam karya seni rupa dapat terjadi karena intensitas (daya pancar) warna, dapat pula terjadi karena percampuran warna hitam dan putih.

6. Ruang (kedalaman)

Ruang dalam karya tiga dimensi dapat dirasakan langsung oleh pengamat seperti halnya ruangan dalam rumah, ruang kelas, dan sebagainya. Dalam karya dua dimensi ruang dapat mengacu pada luas bidang gambar. Unsur ruang atau kedalaman pada karya dua dimensi bersifat semu (maya) karena diperoleh melalui kesan penggambaran yang pipih, datar, menjorok, cembung, jauh dekat dan sebagainya.

Oleh karena itu dalam karya dua dimensi kesan ruang atau kedalaman dapat ditempuh melalui beberapa cara, diantaranya: 1). Melalui penggambaran gempal, 2). Penggunaan perspektif, 3) Peralihan warna, gelap terang dan tekstur, 4). Pergantian ukuran, 5). Penggambaran bidang bertindih, 6) Pergantian tampak bidang, 7). Pelengkungan atau pembelokan bidang, dan 8). Penambahan bayang – bayang.

3.4.2 Prinsip Dasar Desain

Sebuah desain harus memenuhi beberapa prinsip desain agar menghasilkan sebuah desain yang menarik. Dalam buku Nirmana Dwimatra (Hakim, 1984;37-119) dijelaskan bahwa prinsip-prinsip desain diantaranya:

1. Keseimbangan

Terdapat dua pendekatan dasar untuk menyeimbangkan. Pertama merupakan keseimbangan simetris yang merupakan susunan dari elemen agar merata kekiri dan kekanan dari pusat. Kedua merupakan keseimbangan asimetris yang merupakan pengaturan yang berbeda dengan berat benda yang sama disetiap sisi halamannya.

Simetris bisa menjadi kekuatan dan stabilitas publikasi, presentasi, dan situs website. Asimetris dapat menyiratkan kontras, berbagai gerakan, mengejutkan, dan lainnya.

2. Irama atau ritme

Irama atau ritme adalah penyusunan unsure-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik. Penataannya dapat dilaksanakan dengan mengadakan pengulangan maupun pergantian secara teratur.

3. Penekanan atau Fokus

Focus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi bagian utama.

4. Kesatuan

Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya. Dengan adanya kesatuan ini, elemen-elemen yang ada saling mendukung sehingga diperlukan focus yang dituju.

3.4.3 Layout

Menurut Tom Lincy dalam buku (Kusrianto, 2007:35), prinsip *layout* yang baik adalah yang selalu memuat 5 prinsip utama dalam desain, yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama dan kesatuan. Pada pembuatan buku referensi ini desain layout harus diperhatikan, layout tidak akan bisa berkomunikasi dan menyampaikan informasinya bila layout itu tidak diperhatikan. Untuk itu, layout harus memiliki tampilan yang berbeda dari yang lain yang mampu menarik perhatian yang melihatnya.

Sebelum memulai membuat desain layout, diperlukan pengetahuan mengenai jenis-jenis layout. Berikut adalah jenis-jenis layout pada media cetak, baik majalah, iklan, koran maupun buku :

a. 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.

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 teknik fotografi dimana hanya ditonjolkan bayangannya saja. Penyajian bisa berupa Text-Rap atau warna spot color yang berbentuk gambar ilustrasi atau pantulan sinar seadanya dengan teknik 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. Circus 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 circus layout, yaitu komposisi beberapa gambar dan teksnya disusun secara teratur.

j. Grid Layout

Suatu tata letak iklan yang mengacu 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 cruiss (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 menentukan 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 merupakan suatu perbandingan yang tidak seimbang.

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 terbalik, dan dimuka bentuk L tersebut dibiarkan kosong.

q. Two Mortises Layout

Penyajian bentuk iklan yang penggarapannya menghadirkan dua inset yang masing-masing memvisualkan secara deskriptif 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.

u. Big Type Layout

Bentuk tampilan layout yang menonjolkan teks dan tidak bergambar karena didominasi oleh teks yang berukuran besar.

Sebuah layout yang menarik bisa jadi adalah layout yang cantik, mengejutkan, menghibur, aneh/tidak biasa atau bisa juga layout yang sederhana dan lugas. Untuk memilih image apakah yang akan ditampilkan oleh sebuah layout, kita dapat mendekatinya dari target audience yang akan membaca layout tersebut dan juga bagaimanakah layout halaman-halaman web sejenis lainnya. Berikut ini beberapa tips untuk membuat layout yang menarik :

- a. Mengatur informasi penting dengan satu cara tertentu, misalnya : meletakkan headline dalam sebuah lengkung kurva, atau menggunakan jenis font yang berbeda.
- b. Untuk headline yang lucu atau provokatif namun menarik dapat menggunakan ukuran font yang sangat besar.
- c. Memotong (crop) sebuah image dengan cara yang tidak biasa, misalnya membentuk potongan yang abstraksi untuk menarik perhatian.
- d. Apabila background memakai warna kelam, gunakan warna-warna terang pada bagian informasi yang ditampilkan.
- e. Untuk gambar atau tulisan yang kecil diperhatikan agar diberi ruang kosong yang cukup.

- f. Miringkan sebuah gambar atau blok tulisan.
- g. Perbesar sebuah foto atau gambar pada proporsi yang cukup lebar.

3.4.4 Jenis Layout

Sebuah buku Pengantar Desain Komunikasi Visual (Adi 2007:143) menjelaskan bahwa dalam dunia desain, dikenal beberapa jenis layout dan diantaranya adalah:

1. Mondarian

Mengacu pada konsep pelukis belanda bernama Piet Mondrian, yaitu: penyajian iklan yang mengacu pada bentuk-bentuk kotak/ landscape/ portrait. Dimana masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian.

2. Grid

Suatu tata letak layout yang menggunakan grid atau skala dalam setiap penataannya. Sehingga seolah-olah bagian dalam layout tersebut terkesan teratur dan berada di dalam skala.

3. Picture Windows

Tata letak layout yang menampilkan gambar secara close up. Dalam layout ini, gambar mendominasi seluruh layout.

4. Silhouette

Dalam layout siluet biasanya gambar umumnya lebih besar dalam layout. Kecuali jika gambar tersebut diletakkan tanpa background dan tulisan biasanya

mengikuti garis dari bentuk yang tidak beraturan. Space putih pada layout digunakan sebagai penekanan dramatik.

5. Specimen type

Karakteristik dari gaya ini adalah headline yang besar dengan atau tanpa sentuhan art. Headline mendominasi dan digunakan sebagai penarik perhatian utama. Oleh karena itu, jenis tulisan yang dipilih sangat penting.

6. Color field

Gaya ini sering menggunakan dua halaman, dengan satu halaman didominasi oleh foto yang besar. Gaya ini selalu berwarna, bergantung pada besar area warna untuk memberikan kesan yang diinginkan.

7. Band

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuat satu sama lain.

8. Axial

Layout band menggunakan elemen di ketiga sisinya, sedangkan satu sisi diisi dengan tulisan. Keuntungan dari penataan ini adalah kesederhanaannya. Ketika meletakkan elemen, pastikan meletakkan beberapa jarak diantaranya. Setiap komponen dalam layout ini harus memiliki hubungan yang kuat satu sama

lain.

3.4.5 Warna

Warna-warni tercipta karena adanya cahaya. Tanpa adanya cahaya, manusia tidak akan dapat membedakan warna. Seperti halnya jika kita memasuki sebuah ruangan yang gelap dan tertutup tanpa adanya cahaya, maka mata kita tidak akan dapat membedakan warna-warni yang ada di dinding tersebut. Pada tahun 1666 pengetahuan tentang warna didefinisikan oleh Sir Isaac Newton. Dimana ketika itu Newton secara tidak sengaja melihat spectrum warna yang dihasilkan oleh cahaya yang terpancar melalui sebuah gelas prisma.(Nuryawan. 2009:101)

Perasaan nyaman dan tidak nyaman akan timbul saat kita dihadapkan pada beberapa karya desain baik poster, lukisan, flyer, ataupun karya desain dan media promosi lainnya. Salah satu penyebabnya adalah penggunaan warna yang terdapat dalam desain tersebut tidak tepat. Penerapan warna pada sebuah desain akan menimbulkan kesan dan perasaan tertentu. Dalam dunia desain grafis, warna menjadi hal yang sangat penting dan juga sangat berpengaruh terhadap sebuah karya desain.

Oleh karena itu, seorang desainer juga harus mengerti tentang kaitan-kaitan warna dalam desain grafis sebagai berikut :

1. Color Wheel (Roda Warna)

Teori dasar warna yang digambarkan dalam bentuk lingkaran (roda) atau

yang biasa disebut dengan Color Wheel (roda warna) ini terdiri dari tiga warna dasar, yaitu merah, biru, dan kuning yang biasa disebut sebagai warna Primer. Kemudian pencampuran dari dua warna dasar ini melahirkan warna baru berupa warna sekunder. Selanjutnya warna primer yang dicampur dengan warna sekunder akan menghasilkan warna tersier. Warna-warna tersebut digambarkan dalam sebuah lingkaran warna yang lebih dikenal dengan sebutan Color Wheel. Adapun beberapa aturan dasar yang terkait dengan Color Wheel :

a. Monochromatic color

Merupakan perpaduan warna dari beberapa warna yang bersumber dari satu warna dengan nilai dan intensitas yang berbeda.

b. Warna Analog

Merupakan kombinasi dari warna – warna terdekat

c. Warna Pelengkap

Digunakan saat dimana beberapa desain membutuhkan sebuah nilai kontras yang cukup untuk menarik perhatian lebih dari pembaca visual. Misal : biru dan orange, merah dan hijau.

d. Warna Triad

Teori roda warna menjelaskan bagaimana warna-warna dasar mampu melahirkan berbagai warna baru disekitarnya. Terdapat sangat banyak sekali kombinasi warna selain dari warna-warna dasar untuk dapat membuat sebuah desain tampak unik dan berbeda.

2. Ruang pada Warna

Selain dapat mempengaruhi ruang dan bentuk, warna juga dapat mempengaruhi kesan yang disampaikan pada warna. Atau dapat juga disebut sebagai respon naluriah pada mata dalam menyikapi suatu kesan pada sebuah visual.

3 Kontras Warna

Kontras warna dapat dipengaruhi oleh warna-warna yang ada disekitarnya.

Teorinya sangat sederhana : Kontras = Gelap VS Terang.

4. Psikologi Warna

Warna dapat memberikan kesan serta mewakili karakter dan perasaan-perasaan tertentu. Oleh sebab itu psikologi warna memiliki peranan yang sangat penting dalam dunia desain. Dimana dapat membantu seorang desainer untuk memilih dan visual yang efektif, dan dapat membangun kesatuan rasa kepada pembaca visual.

5. Bidang Warna

Garis Outline pada sebuah bidang berfungsi sebagai pembatas warna agar tidak terlihat menyebar keselilingnya. Semakin tipis garis outline yang diberikan, maka semakin tersebar warna ke area luar bidang. Begitu pula sebaliknya.

6. Skema Warna

Skema warna adalah beberapa warna yang dikombinasikan sedemikian rupa sehingga mampu menciptakan nuansa tertentu. Istilah skema warna ini

biasanya digunakan dalam dunia desain interior. Skema Warna dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

a. Skema Warna komplementer

Skema warna komplementer atau kontras adalah suatu skema warna yang merupakan perpaduan antara dua warna yang terletak bersebrangan satu sama lain pada lingkaran warna. Skema warna komplementer atau kontras yang umum adalah perpaduan antara satu warna primer dengan satu warna sekunder yang terletak bersebrangan.

b. Skema Warna Split Komplementer

Skema warna split komplementer adalah satu jenis skema warna yang didasari oleh skema warna komplementer yang sudah baku namun memiliki variasi yang berbeda. Split Komplementer adalah suatu skema warna yang menggunakan kombinasi dari satu warna yang dipadukan dengan dua warna lain yang letaknya berdekatan atau bersebelahan atau mengapit warna yang letaknya tepat bersebrangan dengan warna tersebut. Jadi pada skema warna split komplementer terdapat tiga warna yang dipadukan.

3.4.6 Tipografi

Tipografi merupakan salah satu elemen yang penting dalam desain. Tipografi berfungsi sebagai elemen pelengkap dalam desain, bisa dikatakan tipografi merupakan visual language atau bahasa yang dapat dilihat. Dianggap sebagai elemen pelengkap karena tipografi berfungsi untuk menjelaskan elemen desain yang lain seperti konsep dan ilustrasi dalam desain. Tipografi terdiri dari

susunan huruf yang membentuk rangkaian kata. Berdasarkan garis besarnya jenis huruf dalam tipografi dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu Blackletter, Serif dan Sans Serif.

Blackletter, dikenal juga sebagai naskah Gothic, adalah jenis typeface dalam naskah yang digunakan di penjuru Eropa Barat, dari sekitar tahun 1150 sampai akhir abad ke-17. Blackletter terus digunakan dalam bahasa Jerman sampai dengan abad ke-20. Fraktur adalah salah satu jenis naskah yang terkenal dalam jenis ini, dan kadang-kadang seluruh keluarga blackletter disebut Fraktur. Kadang blackletter disebut Old English, tapi istilah ini bukan berarti blackletter adalah huruf yang digunakan dalam naskah literatur Inggris Kuno. Bahasa Inggris Kuno atau Anglo-Saxon yang jauh lebih tua beberapa abad dari naskah-naskah blackletter.

Serif, Jenis huruf Serif adalah huruf yang memiliki garis-garis kecil yang berdiri horizontal pada badan huruf. Garis-garis kecil ini biasa disebut juga *counterstroke*. *Counterstroke* inilah yang membuat jenis huruf serif lebih mudah dibaca karena garis tersebut membantu menuntun mata pembaca melalui suatu garis teks meskipun dalam komposisi teks yang panjang. Sangat cocok digunakan untuk teks content atau isi. Font Serif cenderung digunakan untuk hal-hal yang bersifat formal. Font Serif sering sekali digunakan sebagai body text dan headline. Hal ini yang menyebabkan koran-koran memakai Font Serif untuk setiap artikelnya. Contoh font yang dapat dikelompokkan pada jenis huruf serif adalah : Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Palatino Linotype, Bookman Old Style, Calisto MT, Dutch, Euro Roman, Georgia, Pan Roman, Romantic, Souvenir, dan lain-lain.

Sans Serif, Jenis huruf sans serif adalah jenis huruf yang tidak memiliki garis-garis kecil dan bersifat solid. Jenis huruf seperti ini lebih tegas, bersifat fungsional dan lebih modern. Contoh font yang digolongkan kepada sans serif adalah : Arial, Futura, Avant Garde, Bitstream Vera Sans, Century Gothic dan lain sebagainya. Pada masa Revolusi Industri huruf ini hanya digunakan sebagai display type (huruf yang bentuk fisik dan ukurannya hanya layak digunakan untuk headline). Huruf ini merupakan simbolisasi penolakan terhadap gaya-gaya huruf lama Blackletter ataupun Serif yang dianggap tidak lagi mewakili semangat modernisme. Melihat dari pertimbangan fungsional. Huruf Sans Serif dianggap sebagai pilihan sempurna karena lebih mudah dibaca.

Dalam dunia desain, typography terdiri dari berbagai macam jenis huruf. Tampilan fisik dari jenis-jenis huruf yang berbeda dan memiliki karakter masing-masing memiliki potensi dalam merefleksikan sebuah kesan. Jenis-jenis huruf tersebut digunakan sesuai dengan kebutuhan dan karakter dari sebuah desain. Adapula huruf-huruf yang khusus diciptakan untuk keperluan sebuah rancangan grafis, huruf ini di sebut dengan custom typefaces. (Sihombing. 2001:53-71)