

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Desain Grafis

Pengertian desain adalah sebuah hasil akhir dari rangkaian proses kreatif seseorang (<http://niappa.wordpress.com>). Namun menurut Suyatno, desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk, dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi (<http://slametriyanto.net>).

2.1.1 Elemen-elemen Dasar Desain Grafis

Dalam buku *Desain Kominukasi Visual Teori dan Aplikasi* (Rahmat Supriyono, 2010) Ada beberapa elemen visual yang perlu diketahui dan ditata dalam penataannya sehingga dapat menghasilkan komposisi desain yang harmonis, menarik, dan komunikatif. Elemen-elemen dasar grafis tersebut terdiri dari:

- a. Garis
- b. Bidang
- c. Warna
- d. Gelap-terang
- e. Tekstur
- f. Ukuran

a. Garis

Garis adalah tanda yang dibuat oleh alat untuk menggambar melewati permukaan. Garis dapat juga merupakan potongan di permukaan yang keras yang biasa disebut grafis. Garis juga didefinisikan sebagai titik-titik yang bergerak. Selain itu, garis juga disebut sebagai jalur terbuka.

Wujud garis sangat bervariasi, tipe garis merujuk pada gerakan garis awal hingga akhir. Garis lurus mempunyai kesan kaku dan formal. Garis lengkung memberi kesan lembut dan luwes. Garis zigzag terkesan keras dan dinamis. Garis tak beraturan punya kesan fleksibel dan tidak formal.

Tipe garis yang merujuk pada arah garis menggambarkan hubungan antargaris terhadap halaman. Garis-garis horizontal memiliki kesan pasif, tenang dan damai. Sedangkan garis vertikal memiliki kesan stabil, gagah, dan elegan. Sementara garis diagonal memiliki kesan aktif, dinamis, bergerak dan menarik perhatian.

Selain variasi di atas, garis dapat diolah lebih kreatif lagi sebagai elemen desain yang artistik. Garis dapat dibuat putus-putus, gradasi, tabal-tipis, dan variasi lainnya sesuai dengan kebutuhannya.

b. Bidang

Elemen grafis yang kedua adalah bidang. Segala bentuk apa pun yang memiliki dimensi tinggi dan lebar disebut bidang. Bidang dapat berupa bentuk-bentuk geometris (lingkaran, segitiga, segiempat, elips,

setengah lingkaran, dan sebagainya) dan bentuk-bentuk yang tidak beraturan. Bidang geometris memiliki kesan formal. Sebaliknya, bidang-bidang yang tidak geometris memiliki kesan tidak formal, santai dan dinamis.

Pengertian bidang dalam desain grafis tidak sebatas itu saja. Area kosong di antara elemen-elemen visual dan *space* yang mengelilingi, bisa pula disebut sebagai bidang. Bidang kosong bahkan dapat dianggap sebagai elemen desain.

c. Warna

Warna merupakan elemen grafik yang sangat kuat dan provoaktif. Warna juga salah satu elemen visual yang dapat dengan mudah menarik perhatian *audience*. Dalam penggunaan warna perlu diperhatikan komposisinya agar tidak merusak citra. Warna-warna *soft* dapat menyampaikan kesan lembut, tenang dan romantik. Warna-warna kuat dan kontras dapat memberi kesan dinamis, cenderung meriah.

Dalam seni rupa, warna dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu:

1. **Hue** – pembagian warna berdasarkan nama-nama warna, seperti merah, kuning, hijau dan seterusnya.
2. **Value** – terang gelapnya warna.
3. **Intensity** – tingkat kemurian atau kejernihan warna.

Berdasarkan dimensi *Hue*, warna dibagi menjadi tiga golongan, yaitu warna primer, warna sekunder dan warna tersier. Secara visual warna dapat dibagi menjadi dua golongan, yaitu warna dingin dan

warna panas. Warna-warna dingin seperti hijau, biru, dan ungu dapat memberi kesan pasif, statis, kalem, damai dan secara umum kurang mencolok. Sebaliknya, warna-warna panas seperti merah, oranye, dan kuning memiliki kesan hangat, dinamis, aktif dan mengundang perhatian.

Dimensi warna yang kedua adalah *Value*, yaitu gelap-terangnya warna. Semua warna dapat dikurangi atau diperlemah kekuatannya dengan cara dibuat lebih terang atau dibuat lebih gelap.

Selain *Hue* dan *Value*, warna dapat dilihat dari aspek *Intensity*, yaitu tingkat kemurnian atau kejernihan warna. Suatu warna dikatakan memiliki intensitas penuh saat tidak dicampur dengan warna lain. Intensitas warna dapat berkurang menjadi lebih redup dan netral saat tercampur dengan sedikit warna lain.

d. Gelap-terang

Kontras *value* bersifat relatif, sangat dipengaruhi oleh *background* dan elemen-elemen lain di sekitarnya. Dalam desain komunikasi visual dapat digunakan untuk menonjolkan pesan atau informasi, sekaligus menciptakan citra. Penggunaan warna-warna yang kurang kontras dapat menciptakan kesan kalem, damai, statis, dan tenang. Sebaliknya, komposisi warna-warna kontras memberikan kesan dinamis, enerjik, riang, dan dramatis.

Berdasarkan nilai gelap-terangnya, warna dibagi menjadi beberapa tingkatan, mulai dari warna paling terang, sangat terang, terang, sedang dan yang paling terang. Warna-warna terang akan lebih terbaca jika ditempatkan pada *background* gelap, dan sebaliknya warna gelap akan lebih terbaca bila ditempatkan pada *background* terang.

e. Tekstur

Tekstur merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau pun kualitas kertas. Di dalam seni, tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur *tactile* dan tekstur visual. Tekstur *tactile* adalah nyata, sehingga teksturnya dapat dirasakan permukaannya. Sedangkan tekstur visual adalah ilusi, tekstur tersebut memberikan impresi yang sederhana dari tekstur yang nyata.

Tekstur *tactile* dapat diciptakan dengan berbagai cara. Dapat dengan cara memotong dan mengelem pada tekstur. Dapat juga melakukan *embossing* (permukaan yang muncul) dengan mengimpresi tekstur dalam relief. Sedangkan tekstur visual diciptakan menggunakan garis, dan warna.

f. Ukuran

Besar-kecilnya elemen visual perlu diperhitungkan secara tepat sehingga desain komunikasi visual memiliki nilai kemudahan baca yang tinggi. Dengan membuat skala prioritas merupakan langkah awal untuk mempermudah penyusunan elemen-elemen desain.

Besar-kecilnya ukuran huruf untuk judul, subjudul, dan teks perlu diperhitungkan. Demikian pula dengan foto, perbedaan ukuran yang proporsional akan membantu pembaca dalam milih informasi yang perlu didahulukan. Jadi perlu ditentukan hierarki visual, yaitu mulai dari yang sangat penting, penting, dan kurang penting.

2.1.2 Prinsip Dasar Desain Grafis

Dalam buku *Desain Kominukasi Visual Teori dan Aplikasi* (Rahmat Supriyono, 2010) ada beberapa prinsip dasar desain grafis yang perlu dipelajari, yaitu:

a. Keseimbangan

Keseimbangan adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optik. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat. Ada dua pendekatan untuk menciptakan keseimbangan, pertama dengan membagi sama berat kiri-kanan atau atas-bawah secara simetris atau setara, disebut keseimbangan formal. Keseimbangan kedua adalah keseimbangan asimetris, yaitu penyusunan elemen-elemen desain yang tidak sama antara sisi kiri dan sisi kanan namun terasa seimbang.

Keseimbangan asimetris tampak lebih dinamis, variatif, *sureprise*, dan tidak formal, layout jenis ini biasa digunakan untuk publikasi hiburan, acara anak-anak, dan dunia remaja yang memiliki karakter dinamis. Sementara keseimbangan simetris mempunyai kesan kokoh dan stabil, sesuai untuk citra tradisional dan konservatif.

b. Tekanan

Dalam seni rupa, khususnya desain komunikasi visual, dikenal dengan istilah *focal point*, yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan untuk menarik perhatian. *Focal point* juga sering disebut *center of interest*, pusat perhatian. Ada beberapa cara untuk menekankan elemen visual, yaitu dengan menggunakan warna mencolok, ukuran foto/ilustrasi dibuat lebih besar, menggunakan huruf sans serif ukuran besar, arah diagonal, dan dibuat berbeda dengan elemen-elemen lain.

c. Irama

Irama adalah pola *layout* yang dibuat dengan cara menyusun elemen-elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain grafis dapat berupa repetisi dan variasi. Repetisi adalah irama yang dibuat dengan penyusunan elemen berulang kali secara konsisten. Sementara itu, variasi adalah perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi.

d. Kesatuan

Prinsip paling riskan dari desain komunikasi visual adalah kesatuan. Prinsip ini bagaimana mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis. Desain dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsur-unsur desain lainnya.

2.2 Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang huruf, *type family* (huruf dalam suatu keluarga huruf) yang digunakan, dan alternatif huruf yang digunakan untuk berbagai media.

2.2.1 Jenis-jenis Huruf

Secara garis besar huruf-huruf digolongkan menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. **Roman**, pada awalnya adalah kumpulan huruf kapital seperti yang biasa ditemui di pilar dan prasasti Romawi, namun kemudian definisinya berkembang menjadi seluruh huruf yang mempunyai ciri tegak dan didominasi garis lurus kaku.
2. **Serif**, dengan ciri memiliki serif di ujungnya. Selain membantu keterbacaan, serif juga memudahkan saat huruf diukir ke batu.
3. **Sans Serif**, dengan ciri tanpa sirip/serif, dan memiliki ketebalan huruf yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan oleh huruf jenis ini adalah modern, kontemporer dan efisien.
4. **Egyptian**, atau populer dengan sebutan slab serif. Cirinya adalah kaki/sirip/serif yang berbentuk persegi seperti papan dengan ketebalan yang sama atau hampir sama. Kesan yang ditimbulkan adalah kokoh, kuat, dan stabil.
5. **Script**, merupakan goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Kesan yang ditimbulkan adalah sifat pribadi dan akrab.

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

2.2.2 Legability dan Keterbacaan

Legibility adalah tingkat kemudahan mata mengenali suatu tulisan tanpa harus bersusah payah. Hal ini bisa ditentukan oleh:

1. Kerumitan desain huruf, seperti penggunaan serif, kontras stroke, dan sebagainya.
2. Penggunaan warna.
3. Frekuensi pengamat menemui huruf tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Keterbacaan adalah tingkat kenyamanan suatu susunan huruf saat dibaca, yang dipengaruhi oleh:

1. Jenis huruf.
2. Ukuran
3. Pengaturan, termasuk di dalamnya alur, spasi, perataan dan sebagainya.
4. Kontras warna terhadap latar belakang.

2.3 Layout

Proses layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti misalnya huruf/teks, garis-garis, bidang, gambar dan sebagainya. Dengan kata lain, layout adalah proses memulai perancangan suatu produk cetakan.

2.4 Definisi Company Profile

Menurut kamus Besar Inggris-Indonesia (John M.Echols dan Hassan Shadily), *company profile* berasal dari dua kata berbahasa Inggris yang memiliki pengertian yang berbeda tapi saling terkait, yakni kata "*company*" dan "*profile*", dimana kedua kata tersebut dapat diartikan berdasarkan kamus (Echols dan Shadily 131, 449). *Company* sendiri merupakan perusahaan, maskapai, firma, Perseroan, persekutuan, kompi, dan rombongan. Sedangkan *profile* merupakan tampang, penampang dan riwayat.

Dari situ dapat disimpulkan bahwa *company profile* merupakan gambaran umum mengenai suatu jati diri sebuah perusahaan yang berisi kebaikan sebuah perusahaan sehingga orang tertarik untuk melihatnya. *Company profile* dapat berupa buku, website, dan aplikasi yang dapat menjelaskan tentang bagaimana perusahaan atau organisasi tersebut.

2.4.1 Tujuan Company Profile

Menurut Muh. Akbar bidang Akademika dan Kemahasiswaan (<http://cetak.fajar.co.id/news.php?newsid=74528>) *company profile* memiliki berbagai fungsi dan tujuan, diantaranya:

1. Memberikan informasi tentang jati diri perusahaan atau organisasi.
2. Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi pada khalayak umum sehingga masyarakat memiliki pandangan dan mengerti keberadaan perusahaan atau organisasi tersebut.

3. Dapat memperkenalkan profile perusahaan pada khalayak umum dengan mudah.
4. Untuk memudahkan audience dalam memahami dan mengenal lebih jauh tentang profile perusahaan atau organisasi, yang mana dalam pembuatannya meliputi beberapa media seperti cetak, interaktif, dan lain sebagainya.
5. Membangun citra perusahaan.

2.4.2 Unsur-Unsur Company Profile

Terdapat empat unsur yang harus diperhatikan dalam pembuatan company profile, diantaranya:

1. Hampir setiap perkenalan perusahaan diawali pemberian atau pengiriman profile.
2. Hampir semua kemitraan dibangun melalui perusahaan.
3. Profile perusahaan adalah penjelma perusahaan itu sendiri.
4. Profile perusahaan adalah referensi atau bahan rujukan bagi perusahaan yang ingin bermitra dengan suatu perusahaan lain.

2.4.3 Kriteria Company Profile

Sebuah company profile harus singkat, padat, dan jelas. Dengan demikian khalayak akan dapat memahaminya dalam waktu yang relatif singkat. Hal-hal yang perlu dicantumkan dalam company profile meliputi latar belakang perusahaan, hasil karya, serta alamat perusahaan, diluar itu dapat ditambahkan sesuai kepentingan perusahaan.

Karena sifat masing-masing media yang unik, company profile sebaiknya dibuat dalam berbagai media, anatar lain:

1. Dalam bentuk cetakan yang mudah dibawa.
2. Dalam bentuk VCD dan CD-ROM yang mudah diupdate.
3. Dalam bentuk website yang mudah dilihat dari berbagai penjuru dunia.
4. Dalam bentuk PDF untuk memudahkan pengiriman file jika sewaktu-waktu dibutuhkan untuk dikirim.
5. Dalam bentuk audio visual.

2.5 Definisi Booklet

Booklet adalah sebuah buku atau menyerupai majalah yang berisi tentang profile suatu perusahaan (<http://www.tatawarna.com/2012/06/fungsi-booklet.html>). Fungsi booklet ini hampir sama dengan katalog produk. Keduanya sama-sama mendisplay atau menampilkan hampir semua produk yang dihasilkan sebuah perusahaan lengkap dengan keterangan/spesifikasi dan mungkin harganya.

Yang perlu ditekankan dalam booklet adalah jangan terlalu banyak kalimat yang berbelit-belit. Semakin banyak gambar, foto dan ilustrasi yang ditampilkan, maka booklet akan dapat lebih menarik minat masyarakat untuk melihatnya. Layout juga harus didesain semenarik mungkin karena booklet dapat disimpan dan digunakan lagi pada saat dibutuhkan.