

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Desain

Menurut kamus besar bahasa indonesia, desain adalah rancangan, yang berarti merupakan sebuah hasil dari tidakan perancangan baik berupa dua dimensi ataupun tiga dimensi. Wujud-wujud desain dapat dengan mudah ditemui misalnya pada brosur, surat kabar, undangan pernikahan, facebook, twitter, monument, patung, gapura serta masih banyak lagi hal yang diberikan sentuhan desain. semua itu adalah wujud desain yang sering dijumpai. Desain terbagi menjadi dua, yaitu desain dua dimensi serta desain tiga dimensi. Desain-desain ini dibuat berdasarkan nilai keseuaian serta nilai estetika yang diharapkan oleh desainernya. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing desain berdasarkan dari dimensi pembentuknya.

A. Desain Dua Dimensi

Desain dua dimensi pada umumnya merupakan sebuah desain yang diaplikasikan pada bidang datar. Pemilihan bidang kerap kali dilakukan dengan penyesuaian terhadap desain yang akan dibuat. Misalnya saja, hasil *printout* pada poster, pada spanduk, pada bando jalan, serta pada billboard. Desain-desain ini memang sengaja dibuat dengan dimensi yang disesuaikan terhadap media cetaknya. Berikut adalah contoh dari desain yang diaplikasikan terhadap media dua dimensi.



Gambar 3.1 Contoh Brosur



Gambar 3.2 Contoh Bando Jalan



Gambar 3.3 Contoh Billboard

Sekaliapun media pembentuknya hadir dalam sebuah wujud visual tiga dimensi, namun brosur, bando jalan serata billboard merupakan media promosi dua dimensi mengingat dalam proses desain hingga proses produksinya, diterapkan menggunakan proses untuk media dua dimensi.

B. Desain Tiga Dimensi

Desain tiga dimensi pada umumnya merupakan sebuah desain yang diaplikasikan pada bidang berbentuk. Penyesuaian desain dilakukan sesuai dengan bentuk media yang akan dikenai sentuhan desain. Desain-desain tiga dimensi merupakan opsional setelah desain dua dimensi yang memang kerap kali dihadirkan menjadi media promosi dalam berbagaimacam acara. Pemilihan desai-desain tiga dimensi dalam lingkup media promosi menghadirkan nuansa berbeda yang memang telah disesuaikan dengan konsep acara yang ingin dipromosikan. Berikut adalah beberapa contoh dari desain tiga dimensi yang dipilih sebagai media promosi.



Gambar 3.4 Balon Gate



Gambar 3.5 Balon Umbul-umbul

Balon gate dan juga balon umbul-umbul adalah wujud dari pengaplikasian desain tiga dimensi yang dihadirkan tidak hanya sebagai media promosi namun juga sebagai media yang mampu menghadirkan nuansa berbeda dalam sebuah acara.

3.2 Grafis

Menurut Lumansupra seorang desainer grafis pada bognya yang ada pada halaman pertama google.co.id dalam penjelasannya mengenai grafis di alamat <http://histi.wordpress.com/2008/03/03/apa-itu-desain-grafis/> yang diakses pada tanggal 27 maret 2012 menjelaskan bila grafis adalah salah satu bentuk seni lukis (gambar) terapan yang memberikan kebebasan kepada sang desainer (perancang) untuk memilih, menciptakan, atau mengatur elemen rupa seperti ilustrasi, foto, tulisan, dan garis di atas suatu permukaan dengan tujuan untuk diproduksi dan dikomunikasikan sebagai sebuah pesan. Gambar maupun tanda yang digunakan bisa berupa tipografi atau media lainnya seperti gambar atau fotografi.

Sedangkan desain grafis merupakan ilmu yang mempelajari tentang media untuk menyampaikan informasi, ide, konsep, ajakan dan sebagainya kepada khalayak dengan menggunakan bahasa visual. Baik itu berupa tulisan, foto, ilustrasi dan lain sebagainya. Desain grafis adalah solusi komunikasi yang menjembatani antara pemberi informasi dengan publik, baik secara perseorangan, kelompok, lembaga maupun masyarakat secara luas yang diwujudkan dalam bentuk komunikasi visual.

A. Pixel/Bitmap

Pixel adalah nama lain dari bitmap, yang merupakan bagian dari pembentuk unsur grafis. Pixel merupakan bagian terkecil pembentuk sebuah gambar yang terbangun dari kubikal-kubikal warna yang tersusun menjadi sebuah harmoni sehingga dapat menghadirkan sebuah visualisasi yang lebih kompleks.



Gambar Kubikal Pembentuk Pixel

a. Kelebihan

Pixel memiliki beberapa kelebihan, elemen-elemen kubikal pembentuknya memungkinkan terjadinya sebuah toleransi akan harmoni warna yang dihadirkan. Sehingga dengan menggunakan dasar pemilihan desain pixel, dapat dihadirkan sebuah warna gradasi yang berakibat langsung pada tingginya tingkat realistik yang dihadirkan.

b. Kekurangan

Pixel kurang optimal untuk penggunaannya pada media cetak ukuran super besar. Hal ini dikarenakan memang pixel ditujukan untuk optimalisasi ukuran kecil hingga sedang. Tingkat sensitifitas kompresi terhadap kubikal-kubikal pembentuk pixel sangatlah tinggi. Hal ini yang menjadikan sebuah gambar berdasar pixel berukuran kecil, akan pecah ketika saat akan dibesarkan.

B. Vector

Vector juga merupakan bagian pembentuk grafis. Pembeda antara vector dan pixel adalah elemen-elemen pembentuknya. Apabila Pixel terbentuk dari kubikal-kubikal, maka vector terbentuk dari elemen-elemen titik yang menyatu hingga menghasilkan sebuah visualisasi grafis berdasar vector.



Gambar Titik Pembentuk Vector

a. Kelebihan

Kelebihan vector adalah pada elemen-elemen pembentuknya. Dimana titik-titik pembentuk vector tidak mengalami kompresi seperti yang terjadi pada pixel. Hal ini yang menjadikan vector lebih unggul dalam tingkat kesolid-an warna dan juga kemampuan untuk di cetak pada media super besar. Sehingga vector adalah solusi tepat bagi media promosi sebesar billboard raksasa serta bando jalan yang ukurannya bisa mencapai lebih dari 6 meter.

b. Kekurangan

Vector terbentuk dari susunan-susunan elemen titik yang memiliki tingkat toleransi yang rendah terhadap kesenadaan tone warna. Hal ini menyebabkan tingkat kesolid-an warna yang tinggi pada gambar-gambar berdasar vector dan menyebabkan rendahnya pula tingkat realistik yang mampu dihadirkan.

C. Produksi Desain Promosi Media Cetak

a. Segment Target Position

Sebelum menginjak pada rangkaian tahap produksi, menentukan segment target serta position merupakan langkah awal yang harus kerjakan dalam menciptakan sebuah desain. Penentuan ini dilakukan oleh department pemasaran yang mengerti sepenuhnya akan segment serta target yang dituju. Hal ini harus dilakukan karena segment target dan positioning erat kaitannya dengan tujuan serta desain yang akan dibuat. Tahapan ini mampu meminimalisir terjadinya kesalahan yang bisa berakibat pada revisi sebuah desain yang telah dibuat.

b. Pra Produksi

Pra produksi merupakan awal dari tahapan produksi sebuah desain pada dunia kerja. Dimana pada tahapan pra produksi, desainer grafis akan menerima materi-materi promosi yang akan dikerjakan. Materi-materi tersebut terlahir dari segmentasi target serta positioning yang ditentukan oleh department pemasaran. Setelah mempelajari materi promosi, desainer berkewajiban membuat thumbnail desain, atau sebuah sketsa awal dari desain yang akan dibuat. Hal ini bertujuan untuk menyamakan maksud serta desain yang akan dibuat, antara desainer dengan bagian pemasaran. Apabila sketsa telah disetujui oleh bagian pemasaran, barulah dilakukan proses produksi.

c. Produksi

Produksi dilakukan sesuai dengan pedoman sketsa awal yang telah dibuat dan di studi oleh bagian pemasaran. Apabila dalam proses produksi terdapat sebuah kendala terkait desain yang akan dibuat dengan materi, hal ini harus segera diselesaikan dengan bagian marketing, guna meminimalisir revisi desain yang bisa berdampak terhadap lamanya proses produksi. Setelah desain diselesaikan, desain akan diserahkan kepada bagian marketing untuk dilakukan koreksi serta revisi bila mungkin diperlukan.

d. Pasca Produksi

Desain yang telah diterima oleh pihak pemasaran akan dibawa keperusahaan cetak serta pengiklanan untuk dilakukan proses cetak.

Perusahaan pengiklanan akan mencetak desain tersebut sesuai dengan ukuran media iklan yang telah dipesan. Setelah selesai proses printing, cetak biru desain tersebut dipajang pada media iklan sesuai kurun waktu yang telah disepakati sebelumnya.

STIKOM SURABAYA