**MODUL AJAR 1**

**DASAR DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**Elemen: Prinsip dasar desain dan komunikasi**

**INFORMASI UMUM**

1. **Identitas Modul**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nama Penyusun** |  Puspita Yanuar BY |
| **Institusi** |  SMKN 5 MATARAM |
| **Tahun Penyusunan** | 2022 |
| **Jenjang Sekolah** | XI / Seni Dan Ekonomi Kreatif |
| **Alokasi** | 24 JP ( 4 pertemuan x 45 menit) |

## Kompetensi Awal

Sebagai kompetensi Awal siswa sudah memiliki pengetahuan tentang :

* 1. Materi prinsip-prinsip dasar desain
	2. Materi komunikasi
	3. Perancangan dan Proses Desain Komunikasi Visual

## Profil Pelajar Pancasila

* 1. **Beriman, bertakwa kepada Tuhan YME dan berakhlak mulia**
		+ Pembuatan materi dengan segala sifat dan perubahannya menambah ketakwaan Peserta didik terhadap kekuasaan Tuhan YME sebagai Sang Pencipta

## Berkebinekaan Global

* + - Pelajar Indonesia memiliki sikap menghormati keberagaman dan toleransi terhadap perbedaan.

## Mandiri:

* + - Peserta Didik memiliki prakarsa atas pengembangan dirinya yang tercermin dalam kemampuan untuk bertanggung jawab, memiliki rencana strategis, melakukan tindakan dan merefleksikan proses dan hasilpengalamannya.

## Bernalar Kritis:

* + - Peserta didik mampu berpikir secara objektif, sistematik dan saintifik dengan

mempertimbangkan berbagai aspek berdasarkan data dan fakta yang mendukung, sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dan berkontribusi memecahkan masalah dalam kehidupan, serta terbuka dengan penemuan baru

## Sarana dan Prasarana

Sarana & Prasarana yang dibutuhkan pada saat belajar dengan modul ini antara lain:

* 1. Laptop/ PC / Handphone
	2. Jaringan internet yang bagus
	3. Alat tulis & buku
	4. Akun Teams, interaksi pembelajaran melalui Microsoft Teams
	5. Lembar Kerja Peserta Didik
	6. Video Pembelajaran
	7. Lembar bimbingan/ Konsultasi
	8. Pen Tablet

## Target Peserta Didik

* 1. Peserta didik memahami prinsip-prinsip dasar desain.
	2. Perserta didik dapat memahami komunikasi.
	3. Peserta didik menganalisis dasar desain komunikasi visual sesuai profesi.
	4. Peserta didik menerapkan kreativitas dalam proses kreasi dasar desain menurut profesi (Advertising, Desain And Art, Conseptor, Photography, Videography, 3D art)
	5. Peserta didik mampu menerapkan elemen dasar perancangan dan proses desain dan produksi dalam eksekusi kerja desain komunikasi visual secara mandiri
	6. Peserta didik mengevaluasi hasil desain dan produksi dalam eksekusi kerja.

## Model Pembelajaran

Model Pembelajaran yang digunakan adalah *Project Base Learning (PBL).*

**KOMPETENSI INTI**

1. **Tujuan Pembelajaran**

Pada akhir pembelajaran, Peserta Didik mampu:

* 1. Memahami prinsip-prinsip dasar desain
	2. Menjelaskan materi komunikasi
	3. Menerapkan dasar-dasar desain
	4. Menganalisis kreativitas dalam proses kreasi dasar desain sesuai profesi.
	5. Menerapkan dasar desain sesuai profesi
	6. Mengidentifikasi langkah – langkah desain dan produksi kerja.
	7. Memproses desain dan produksi dalam esekusi kerja desain komunikasi visual secara mandiri.

## Pemahaman Bermakna

* Menguraikan prinsip-prinsip desain komunikasi visual
* Menerapkan pemahaman tentang dasar desain perancangan profesi
* Memproses desain komunikasi visual

## Pertanyaan Pemantik

* Tahukah kalian prinsip-prinsip desain komunikasi visual?
* Apa saja produk komunikasi?
* Apa pengertian dari Desain Komunikasi Visual?
* Pernahkan kalian membuat desain?

## Persiapan Pembelajaran.

Sebelum pembelajaran dilakukan pengecekan:

* 1. Kesiapan mental dan fisik Peserta didik.
	2. Kesiapan sarana dan prasarana.

- Proyektor

* 1. Mempersiapkan alat tulis dan laptop
	2. Lembar konsultasi/ Jurnal untuk moda Luring nya.
	3. Instrument asesmen diagnostic

## Kegiatan Pembelajaran

**PERTEMUAN 1**

**MATERI :** Materi prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kegiatan** | **Uraian Kegiatan** | **Alokasi Waktu** |
| Kegiatan Awal | * berdoa, mengabsen dan menyiapkan

kondisi siswa berupa motivasi dan orientasi | 15 menit |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | * melakukan refleksi terhadap pembelajaran sebelumnya
* Peserta didik diberikan penjelasan tentang kegiatan yang akan dilakukan selama mengikuti pembelajaran secara daring dan/atau luring,
* menyajikan pertanyaan pemantik
 |  |
| Kegiatan Inti | * Guru memberikan tampilan modul prinsip-prinsip desain
* Peserta didik memahami tentang modul yang ditampilkan :
	1. Prinsip-prinsip desain
	2. Praktek penerapan prinsip-prinsip desain
	3. Mendesain karya
* Peserta didik menggali informasi tentang prinsip-prinsip desain
* Peserta didik menyimpulkan hasil menggali informasi
* Peserta didik mempraktekkan cara

mendesain | 230 menit |
| Kegiatan Akhir | * Peserta didik dengan bimbingan guru menyimpulkan pembelajaran hari ini
* Peserta didik memberikan penilaian baik dalam bentuk narasi /gambar/ emotikon tertentu untuk menunjukkan pemahaman tentang topik hari ini
* Peserta didik mengomunikasikan kendala yang dihadapi selama mengerjakan
* Peserta didik menerima apresiasi dan motivasi dari guru
* Doa penutup
 | 25 menit |

**PERTEMUAN 2**

**MATERI :** komunikasi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kegiatan** | **Uraian Kegiatan** | **Alokasi****Waktu** |
| Kegiatan Awal | * berdoa, mengabsen dan menyiapkan kondisi siswa berupa motivasi dan orientasi
* melakukan refleksi terhadap pembelajaran sebelumnya
* Peserta didik diberikan penjelasan tentang kegiatan yang akan dilakukan selama mengikuti pembelajaran secara daring dan/atau luring,
* menyajikan pertanyaan pemantik
 | 15 menit |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kegiatan Inti | * Guru memberikan tampilan modul Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik memahami tentang modul yang ditampilkan :
	1. Komunikasi dalam Periklanan
	2. Kaidah Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik dengan bimbingan guru berdiskusi tentang Dasar Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik menyimpulkan hasil diskusi.
* Peserta didik membuat jenis huruf sesuai kategori keluarga huruf sebagai pedoman perancangan dalam desain

grafis (ada 4) | 230 menit |
| Kegiatan Akhir | * Peserta didik dengan bimbingan guru menyimpulkan pembelajaran hari ini
* Peserta didik memberikan penilaian baik dalam bentuk narasi /gambar/ emotikon tertentu untuk menunjukkan pemahaman tentang topik hari ini
* Peserta didik mengomunikasikan kendala yang dihadapi selama mengerjakan
* Peserta didik menerima apresiasi dan motivasi dari guru
* Doa penutup
 | 25 menit |

**PERTEMUAN 3**

**MATERI :** Perancangan dan Proses Desain Komunikasi Visual

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kegiatan** | **Uraian Kegiatan** | **Alokasi Waktu** |
| Kegiatan Awal | * berdoa, mengabsen dan menyiapkan kondisi siswa berupa motivasi dan orientasi
* melakukan refleksi terhadap pembelajaran sebelumnya
* Peserta didik diberikan penjelasan tentang kegiatan yang akan dilakukan selama mengikuti pembelajaran secara daring dan/atau luring,
* menyajikan pertanyaan pemantik
 | 15 menit |
| Kegiatan Inti | * Guru memberikan tampilan modul Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik memahami tentang modul yang ditampilkan :
	1. Merancang format atau tata letak
 | 230 menit |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 1. *Visual Language, Signage, trade mark*
2. Metode Perancangan Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik dengan bimbingan guru berdiskusi tentang Dasar Desain Komunikasi Visual
* Peserta didik menyimpulkan hasil diskusi.
* Peserta didik membuat layout poster

iklan layanan masyarakat. |  |
| Kegiatan Akhir | * Peserta didik dengan bimbingan guru menyimpulkan pembelajaran hari ini
* Peserta didik memberikan penilaian baik dalam bentuk narasi /gambar/ emotikon tertentu untuk menunjukkan pemahaman tentang topik hari ini
* Peserta didik mengomunikasikan kendala yang dihadapi selama mengerjakan
* Peserta didik menerima apresiasi dan motivasi dari guru
* Doa penutup
 | 25 menit |

**PERTEMUAN 4**

**MATERI :** Perancangan dan Proses Desain Komunikasi Visual

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kegiatan** | **Uraian Kegiatan** | **Alokasi Waktu** |
| Kegiatan Awal | * berdoa, mengabsen dan menyiapkan kondisi siswa berupa motivasi dan orientasi
* melakukan refleksi terhadap pembelajaran sebelumnya
* Peserta didik diberikan penjelasan tentang kegiatan yang akan dilakukan selama mengikuti pembelajaran secara daring dan/atau luring,
* menyajikan pertanyaan pemantik
 | 15 menit |
| Kegiatan Inti | * Guru memberikan contoh beberapa poster iklan layanan masyarakat
* Peserta didik dengan bimbingan guru berdiskusi tentang pembuatan poster iklan layanan masyarakat yang baik.
* Peserta didik menyimpulkan hasil diskusi.
* Peserta didik membuat poster iklan

layanan masyarakat. | 230 menit |
| Kegiatan Akhir | * Peserta didik dengan bimbingan guru
 | 26 menit |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | menyimpulkan pembelajaran hari ini* Peserta didik memberikan penilaian baik dalam bentuk narasi /gambar/ emotikon tertentu untuk menunjukkan pemahaman tentang topik hari ini
* Peserta didik mengomunikasikan kendala yang dihadapi selama mengerjakan
* Peserta didik menerima apresiasi dan motivasi dari guru
* Doa penutup
 |  |

## Assesmen

* 1. Asesment Diagnostik ( dilakukan dengan bantuan Google Form).

***Berilah skor 1 bilajawabanmu “YA” dan 0 bila “TIDAK” pada kotak di belakangnya !***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| No | Pernyataan | skor |
| 1. | Saya lebih suka banyak ilustrasi (gambar-gambar) saat belajar |  |
| 2. | Saya lebih mudah memahami pelajaran dengan bentak ilustrasi gambar |  |
| 3. | Saya sangat menyukai obyek yang warna warni |  |
| 4. | Saya sering mengantuk dan susah focus kalau guru menerangkan atau berbicara |  |
| 5. | Saya lebih mudah mengingat materi tayangan film dari pada penjelasanguru |  |
| 6. | Saya lebih mudah mengingat dari penjelasan atau pemapaparan guru |  |
| 7. | Saya lebih mudah hafal apabila diucapkan berulangkali |  |
| 8. | Saya lebih nyaman melafalkan dengan keras saat belajar |  |
| 9. | Saya merasa asik kalau mendengarkan orang yang sedang berbicara |  |
| 10. | Saya lebih suka mendengarkan rekaman dari pada membaca buku teks |  |
| 11. | Bongkar pasang peralatan adalah kegemaranku |  |
| 12. | Saya lebih menyukai pembelajaran yang banyak melibatkan gerak badan |  |
| 13. | Saya kurang suka diam lama dikit |  |
| 14. | Saya lebih suka banyak gerak mesti saat belajar |  |
| 15. | Saya lebih mudah belajar melalui praktik dari pada mendengarkan |  |

Klasifikasi diagnostik :

1 - 5 :lbh banyak YA, bermakna bahwa siswa tersebut type Visual 6- 10: lbh banyak YA, bermakna bahwa siswa tersebut type Audial

11-15: lbh banyak YA, bermakna bahwa siswa tersebut type Kinestetik

## Menggunakan Asesmen Formatif dan Sumatif

* + 1. **Contoh Asesment Sumatif**
			1. Apa pengertian tentang prinsip-prinsip desain?
			2. Bagaimana penerapan prinsip-prinsip desain?
			3. Jelaskan pengertian Desain Komunikasi Visual?
			4. Jelaskan Dasar Desain Komunikasi Visual?
			5. Buatlah brosur perusahaan?

## Contoh Asesmen Formatif

Peserta didik mampu menyelesaikan permasalahan di tempat kerja yang berkaitan dengan desain

Contoh Study Kasus :

**Studi Kasus**

Anda sedang menyelesain tugas desain di computer, tiba – tiba terjadi konsleting listrik sehingga mengakibatkan computer anda mati dan desain yang sebelumnya anda buat belum tersimpan. Langkah – langkah apa saja yang anda lakukan?

1.

2.

3.

4.

5.

Peserta didik membuat poster iklan layanan masyarakat

**Rubrik Penilaian**

Nama : .....................................................................

Kelas : .....................................................................

Produk : Iklan Layanan Masyarakat

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| **Proses Kerja** |
| 1 | Pemakaian Alat/Software (10%) |  |  |
| 2 | Keselamatan Kerja (10%) |  |  |
| 3 | Sikap Kerja (10%) |  |  |
| **Hasil Kerja** |
| 1 | Isi / Pesan (10 %) |  |  |
| 2 | Kesesuaian Font (15 %) |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| 3 | Lay out (10 %) |  |  |
| 4 | Komposisi (10 %) |  |  |
| 5 | Psikologi desain (KeseimbanganSimetris dan Asimetris) (10 %) |  |  |
| 6 | Keindahan / Estetika Desain (15%) |  |  |
| **Skor Total** |  |
| **Komentar** |  |
| **Kesimpulan** | Kompeten / Belum Kompeten \*) |
| **Remedial (jika belum kompeten)** |  |
| **Nama Guru & Tanda Tangan** |  |  |

## Refleksi Siswa

Guru mengajukan beberapa mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui seberapa dalam siswa memahami materi :

1. Apa yang kalian ketahui tentang prinsip-prinsip desain?
2. Bagaimana cara membuat prinsip-prinsip desain?
3. Apa pengertian desain komunikasi visual?
4. Apa saja unsur dalam desain komunikasi visual ?

## Pengayaan dan Remedial

Kegiatan pengayaan dilakukan diluar jam pelajaran dan berupa tambahan kelas.

* Pengayaan: memberikan arahan terkait hal yang bisa dipelajari untuk meningkatkan dan mengembangkan materi yeng telah dipelajari
* Remidi: membimbing secara terus menerus denagn durasi tertentu sampai mencapai kompetensi yang diinginkan

**LAMPIRAN**

1. **Lembar Kerja Peserta Didik**

# Prinsip dasar desain dan komunikasi

## (Pertemuan 1)

**Materi** : Prinsip- prinsip Dasar Desain

**Tujuan** : Peserta didik memahami K3LH di bidang desain secara menyeluruh pada berbagai industri ekonomi kreatif.

## Kerjakan tugas berikut secara berkelompok

Bersama kelompok belajar anda lakukan analisis mengenai faktor -faktor penyebab kecelakaan kerja di bidang desain komunikasi visual, beserta contoh kasusnya dari berbagai sumber yang ada baik dari internet, surat kabar, buku sumber lain. Sertakan sumber/Linknya :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NO** | **FAKTOR – FAKTOR DESAIN** | **CONTOH DESAIN** |
| 1 |  | 1.2.3.4. |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
|  |  |

## Instrumen dan Rubrik Penilaian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **NAMA****SISWA/KELOMPOK** | **SKOR** | **NILAI** |
| **1** | **2** | **3** | **4** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

Perolehan skor peserta didik untuk setiap nomor soal, sebagai berikut:

* Jika menjawab 4 opsi dengan benar skor 90 -100
* Jika menjawab 3 opsi dengan benar skor 76 - 89
* Jika menjawab 2 opsi dengan benar skor 50 – 75
* Jika menjawab 1 opsi dengan benar skor di bawah 50

## Rumus Nilai :

Nilai = Jumlah skor yang di peroleh = ………….

Jumlah Soal

## Bahan Bacaan Guru dan Peserta Didik

## Pengertian prinsip dalam desain

Prinsip untuk menentukan baik tidaknya suatu desain adalah adanya keseimbangan (balance), titik fokus, hirarki visual, irama (ritme), kesatuan, seluruh kaidah ini satu dengan yang lain saling mempengaruhi dan menghasilkan sesuatu

yang terlihat memiliki estetika. Keseimbangan Keseimbangan adalah kesamaan distribusi dalam bobot.

Dalam desain cenderung yang kita rasakan adalah keterkaitan bersama, kelihatan bersatu, dan perasaan harmonis. Ttik Fokus Titik fokus adalah sesuatu yang mampu menimbulkan pusat perhatian langsung dan terfokus pada sebuah iklan. Hirarki Visual Hirarki visual merupakan prinsip yang mengatur elemen-elemen mengikuti perhatian yang berhubungan dengan titik fokus.

Titik fokus merupakan perhatian yang pertama, kemudian baru diikuti perhatian yang lainnya. Irama Irama atau ritme adalah pola yang diciptakan dengan menlang atau membuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada di antaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya.

Kesatuan Prinsip kesatuan dalam desain grafis adalah prinsip bagaimana mengatur dan mengorganisasi seluruh elemen dalam suatu tampilan grafis dan membangun ikatan atau hubungan diantaranya. Beberapa prinsi dalam membuat kesatuan:

* Hubungan, yaitu mengulang suatu elemen, misalnya warna, arah, nilai, bentuk atau membangun suatu gaya, atau membangun hubungan di antara elemen yang ada.
* Grid, yaitu membagi sub bagian format ke dalam bagian horizontal atau vertical secara tetap, kolom, margin, dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasi ruang, huruf, dan gambar dalam suatu desain.
* Kesejajaran, yaitu hubungan visual yang dibuat antara elemen-elemen, bentuk, dan objek yang mempunyai garis poros yang sama.

## Aliran, yaitu menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemn satu ke elemen lain. (M. Suyanto, 2004:57-68)

# DASAR DESAIN PERANCANGAN PROFESI

## (Pertemuan 2)

1. **Lembar Kerja Peserta Didik**

**Materi** : Materi K3LH di bidang desain komunikasi visual.

**Tujuan** : Peserta didik menganalisis Kreativitas dalam proses kreasi dasar desain menurut profesi (Advertising, Desain And Art, Conseptor, Photography, Videography, 3D art)

## Tujuan individu peserta didik,

Membuat penjelasan dan contoh aplikasi dari penggunaan jenis huruf ada empat kategori keluarga huruf sebagai pedoman perancangan dalam desain grafis, yaitu :

Nama : Kelas :

Contoh :



|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **FONT** | **CIRI** | **KESAN** | **JENIS FONT** | **APLIKASI /****PRIVIEW FONT** |
| 1 |  |  |  |  |  |
| 2 |  |  |  |  |  |
| 3 |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |

## Bahan Bacaan Guru dan Peserta Didik

1. Pengertian dan Sejarah Desain Komunikasi Visual

Desain Grafis sering disebut dengan Grafis Komunikasi atau Desain Komunikasi Visual. Beberapa istilah tersebut sering menjadi pertanyaan bahkan perdebatan, karena pada perguruan tinggi sering menggunakan istilah Desain Komunikasi Visual (DKV), sedangkan kursus-kursus sering menggunakan istilah Desain Grafis, dan di SMK Seni Rupa (dahulu SMSR) menggunakan istilah Grafis Komunikasi. Graphic Design atau Desain Grafis adalah suatu istilah penamaan yang mengacu pada latar dua matra atau dua dimensi yang bervariasi baik format dan kompleksitasnya *( Preble, Duane and Sarah,1985:211).*

Sedangkan Graphic Communication atau Grafis Komunikasi lebih menekankan pada aspek komunikasi yang terkandung di dalamnya *(Feldman, Edmund Burke,1987:62).* Sedangkan dari sudut media karena sifat keberadaannya yang kasat mata maka hal ini sering diistilahkan dengan Visual Communication Design atau Desain Komunikasi Visual (Freddy Adiono Basuki, 2000:1).

Sebenarnya masalah perubahan nama dari Desain Grafis menjadi Desain Komunikasi Visual di Indonesia lebih disebabkan oleh tuntutan industri saja. Cakupan materinya ditambah dan targetnya diperluas. Desain Grafis lebih mengacu pada profesi yang lebih dulu ada, pada saat ruang lingkup desainer grafis lebih banyak menggunakan media cetak. Seiring berkembangnya zaman, muncul media baru sehingga pesan visual tidak lagi hadir sebagai media cetak saja tetapi juga hadir di media elektronik seperti film dan TV dan akhirnya di media interaktif seperti web di internet.

Media-media baru tersebut tentunya membutuhkan desain yang berbeda dibanding dengan media cetak karena posisi media elektronik dan interaktif di masyarakat untuk waktu-waktu sekarang sedang “hot”, sehingga sebetulnya untuk pengistilahannya akan lebih tepat jika menggunakan istilah Desain Komunikasi Visual Sejatinya, desain grafis erat hubungannya dengan proses cetakmencetak. Melalui media cetakan ini, desain grafis berfungsi sebagai media penghubung antara pihak yang berkepentingan guna mengantisipasi kebutuhan-kebutuhan baik yang datangnya dari dunia usaha/bisnis maupun bidang sosial dan hal-hal yang berkaitan dengan media komunikasi. Tujuan desain grafis di sini bersifat komersil dan sosial. Tujuan komersil jelas berfungsi untuk menciptakan karya desain grafis

yang mampu memberikan propaganda kepada masyarakat untuk membeli produk komersil guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Sedangkan desain grafis yang memiliki tujuan sosial lebih menitikberatkan pada penyampaian informasi dan pesan sosial kepada masyarakat atau yang lebih sering disebut dengan Iklan Layanan Masyarakat.

1. Manusia Sebagai Komunikator Grafis

Manusia dilahirkan sebagai “Komunikator Grafis”. Kenapa? Kok bisa? Komunikasi Grafis merupakan salah satu bagian yang paling natural atau alami dalam informasi komunikasi karena merupakan hal yang alami seperti halnya kita berbicara atau berjalan yang tentunya melalui proses pembelajaran dan adaptasi. Sebagai contoh seorang anak balita yang sedang menggoreskan pensil atau pastel di atas kertas, dari sekedar coretan yang tidak berbentuk, lama kelamaan menjadi mirip sesuatu , entah berupa gambar sosok orang, binatang, bunga atau sesuatu yang lain.

Kemudian seiring bertambahnya usia, manusia akan semakin dapat mengorganisir dan kemudian membentuk sesuatu hal yang lebih dapat dimengerti oleh orang lain, maka dari sinilah diketahui bahwa seorang manusia sudah menjadi “Komunikator Grafis” yang kemudian apabila dikembangkan akan menjadi suatu bentuk komunikasi yang lebih kompleks lagi yaitu yang sering disebut dengan “Desain Grafis”, yaitu usaha penyampaian komunikasi atau informasi melalui bahasa gambar atau visual maupun tulisan. Desain grafis sebagai salah satu cabang dari disiplin desain hakikat keberadaannya merupakan hasil upaya pengungkapan pemecahan masalah yang di dalamnya terdapat dua hal penting yaitu proses dan konsep.

Proses merupakan proses berfikir akan membentuk sesuatu dengan menggabungkan antara fakta, konstruksi, fungsi, dan estetika, sedangkan konsep adalah untuk memecahkan fenomena bentuk, bahan, teknik, rupa, fungsi guna yang dinyatakan dalam bentuk gambar. Jadi, pada hakikatnya sebuah desain adalah merupakan sebuah proses yang dimulai dari penggalian ide, memilih dan menyusun elemen desain, bentuk, bahan, sampai pada tahap pemecahan masalah yang dicipta menjadi suatu tatanan atau susunan bentuk yang harmonis, estetis, dan komunikatif.

Jadi, Desain Grafis merupakan karya yang padat teknologi, karena memiliki dampak komprehensif kepada khalayak sasaran, sebab keberadaannya mampu

menginformasikan produk baru kepada konsumen, memiliki kharisma untuk mengajak konsumen membeli dan menggunakan barang jasa yang ditawarkan, dan mampu merangsang khalayak untuk berfikir perihal yang selama ini tidak terpikirkan.

1. Fungsi Desain Grafis pada Perjalanannya
	1. Masyarakat Prasejarah

Desain grafis sebagai media komunikasi melalui gambar atau gambar yang memiliki pesan tertentu telah dikenal sejak zaman prasejarah. Desain grafis hampir setua peradaban manusia. Hal ini dapat dilihat pada zaman Palaeolithicum di Gua Lascaux Prancis Selatan telah ditemukan gambargambar binatang dari manusia pra sejarah. Gambar itu berupa goresan dengan pigmen hitam kemerahan yang dicampur dengan arang dan bahan pencampurnya adalah lemak binatang.

Goresan pada dinding tersebut memang bukan dibuat untuk tujuan seni atau keindahan, tetapi hanyalah sebagai komunikasi visual untuk tujuan ritual dan praktis demi kelangsungan hidup mereka. Meski demikian pada saat manusia prasejarah tersebut memilih media, menentukan awal goresan, dan memperhitungkan ukuran gambar, sebenarnya mereka telah mendesain (Mawardi Rahimin, 1996:1). Lukisan dinding gua lainnya yang ada di Indonesia, ditemukan di dinding Gua Pattae Kere di dekat Maros, Sulawesi Selatan berupa lukisan babi hutan yang fungsinya sama seperti yang terdapat di Gua Lascaux (Soedarso Sp, 2006:3).

Masyarakat pada masa itu meninggalkan pesan melalui gambargambar. Mereka dapat bercerita dan memberikan catatan bagaimana berburu dan di daerah mana padang perburuannya yang terbaik melalui bahasa gambar. Pada masa ini para ahli sejarah dapat belajar banyak tentang tatacara berburu pada masyarakat zaman prasejarah, struktur kelompok dan kepercayaannya dengan “membaca” gambar-gambar yang terdapat pada gua dan situs-situs lainnya.

* 1. Bangsa Mesir Bangsa

Mesir termasuk salah satu di antara masyarakat yang pertama kali menciptakan bentuk tulisan menggunakan gambar-gambar. Gambar tulisan tersebut yang dikenal dengan sebutan Huruf Hieroglyphe. Bangsa Mesir menggunakan gambar-gambar tersebut untuk menceritakan peristiwa besar

yang terjadi pada masa itu, yang biasanya digoreskan pada dinding piramid. Gambar-gambar pada dinding piramid berbentuk seperti lembaranlembaran komik yang dalam gambar adegan terdapat huruf hieroglyphe tersebut.

* 1. Bangsa Yunani dan Romawi

Bangsa Yunani dan Romawi mengembangkan sistem komunikasi yang disebut tulisan. Mereka mengembangkan abjad dan menciptakan bukubuku dalam bentuk gulungan. Pada awalnya alfabet latin hanya terdiri dari 21 huruf saja, yaitu A, B, C, D, E, F, G, H, I, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, V, dan X, kemudian huruf Y dan Z ditambahkan dalam alfabet latin untuk mengakomodasi kata yang berasal dari Yunani. Tiga huruf tambahan yaitu J, U, dan W dimasukkan pada abad pertengahan sehingga jumlah keseluruhan huruf alfabet latin menjadi 26 (http//www.desaingrafis indonesia.com). Penggunaan alfabet dalam penulisan buku-buku menggunakan huruf latin dan gambar-gambar untuk memaparkan dan meninggalkan sejarah tentang mereka kepada generasi yang akan datang. Hanya saja permasalahannya untuk bahasa tulis biasanya hanya dimengerti oleh kaum terpelajar saja, sehingga gambar-gambar masih merupakan perwujudan dalam berkomunikasi untuk menyampaikan sebuah pesan. Monumen yang memberikan catatan dan informasi tentang kejayaan bangsa Romawi pada saat itu adalah Triumphal Arch, yang berupa gambar- gambar yang sederhana dan dipadu dengan tulisan terkait dengan peristiwa kerajaan.

* 1. Abad Pertengahan

Pada abad ini permasalahan terkait dengan keagamaan sangat populer. Catatan tulisan yang dibuat oleh para ahli filosofi hanya dapat dibaca dan dipelajari oleh dewan gereja maupun orang kaya. Sedangkan orang miskin cara menyampaikan pesan adalah menggunakan media gambar yang dilukiskan pada dinding dan langit-langit atap gereja.

Hal ini memiliki maksud bahwa dengan diletakkan di sana orang- orang akan dapat membaca cerita-cerita kitab suci. Lukisan dinding karya Michellangelo yang berjudul “Pengadilan Terakhir/Hari Kiamat” menceritakan tentang pesan yang akan terjadi pada manusia di akhir dunia.

* 1. Abad ke-15

Perkembangan proses cetak-mencetak dimulai pada abad ke-15 dengan diketemukannya mesin alat cetak oleh Johannes Gutenberg (1398-

1468) di Jerman. Pada tahun 1455 di Mainz Jerman untuk pertama kalinya hasil cetakan yang dibuat adalah 42 baris kalimat yang diambil dari Bible menggunakan jenis huruf Textura Blackletter (Hill, Will, 2005:10-11).

Selain sebagai penemu mesin cetak tinggi (hand press), Johannes Gutenberg merupakan inspirator yang luar biasa bagi perkembangan seni menyusun huruf (tipografi) dan seni ilustrasi untuk menghiasi sampul dan halaman buku. Temuan teknologi cetak inilah yang membuka peluang akan pemenuhan hasrat seni visual terhadap huruf dan gambar (ilustrasi) untuk meningkatkan kualitas layanan manusia di bidang informasi grafis semakin terbuka.

1. Lingkup Kerja dan Tugas Desainer Komunikasi Visual

Desain grafis sebagai bidang ilmu yang meliputi banyak aspek mulai dari seni, komunikasi, teknologi hingga sosial budaya. Aspek seni rupa misalnya, harus mempelajari dasar-dasar seni rupa seperti komposisi, warna, layout, tipografi, ilustrasi serta aplikasinya dengan teknologi seperti reproduksi grafika, fotografi dan komputer. Desain grafis memiliki jelajah wilayah yang sangat luas. Area kerja kreatif desain grafis di antaranya: desain poster, brosur, desain kartu nama, kop surat, amplop, map, bolpoin, pensil.

Profil usaha, corporate identity yang terdiri dari logo dan trade mark beserta aplikasi penerapannya. Desain grafis lingkungan berupa sign system: papan penunjuk arah, papan nama, dan papan infografis seperti chart, diagram, statistik, denah lokasi. Desain label, etiket, dan kemasan produk. Ragam desain percetakan dari mulai prepress sampai hasil cetakan akhir.

Desain perwajahan buku, koran, tabloid, majalah, dan jurnal. Desain sampul kaset dan DVD-VCD. Desain kalender, tshirt, kartu pos, perangko, dan mata uang. Desain pin up, cocard, sticker, id card, undangan, kartu ucapan, desain tiket, karcis, sertifikat, ijazah, desain tipografi, ilustrasi, dan komik.

Perkembangan desain grafis pada saat ini terkait dengan wilayah kerjanya tidak lagi hanya dibutuhkan pada industri cetak dan periklanan saja, melainkan lebih luas lagi ruang lingkupnya. Berbagai bidang yang membutuhkan kerja desain grafis antara :

1. Advertising (desain grafis untuk periklanan)
2. Web Design ( desain tampilan website)
3. Movie Production (desain movie title, motion graphic)
4. Game Design (desain tampilan game, desain karakter)
5. Printing Industry (desain label, packaging)
6. Editorial Design (layout koran, majalah, tabloid)
7. Book Design (desain cover, layout isi buku)
8. Information Design (sign system, desain peta/denah)
9. Branding Company (logo, brand/trade mark)
10. Type Design (desain huruf/tipografi, eksperimen tipografi)
11. Tugas Desainer Grafis

Tahapan kinerja desain grafis adalah dimulai dari adanya suatu kasus, kemudian permasalahan tersebut diidentifikasi, mengumpulkan data, menemukan ide dan gagasan, sampai pada perancangan, pendayagunaan elemen desain, layout dan proses teknis, akhirnya tercipta karya desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Rumusan kinerja desain grafis dilakukan sebagai upaya pemecahan masalah yang selalu berorientasi pada pengumpulan data, kemudian diolah sebagai bentuk perancangan dua dimensional dengan mendayagunakan elemen-elemen desain seperti garis, warna, bentuk, dan sebagainya, dengan berpegang pada kaidah dan prinsip desain seperti komposisi, harmony, balance, dan unity.

Tugas utama seorang desainer grafis adalah menjadi pemecah masalah (problem solver) untuk kebutuhan komunikasi dalam bentuk visual. Ada sebuah mitos yang mengatakan bahwa seorang desainer grafis adalah seorang jagoan yang mampu “menyetir” komputer grafis dengan segala program-programnya, piawai dalam membuat ilustrasi dengan pensil, rapido, tinta, cat poster, airbrush, tetapi lebih dari itu yang paling hakiki adalah bahwa seorang desainer grafis adalah seorang perancang, pencetus, dan penemu ide pertama. Seorang desainer grafis memiliki tanggung jawab untuk mewujudkan komunikasi verbal menjadi komunikasi visual agar sebuah pesan dapat dengan mudah diterima konsumen dengan pencitraan yang baik.

Seorang desainer grafis dalam merancang karyanya seringkali menemukan kendala atas justifikasi desain yang dibuatnya. Penting untuk membuat desain grafis menjadi „enak dilihat‟. Dari sisi pelaku bisnis mengalami kesulitan untuk mengetahui kapan sebuah desain akan dianggap selesai dan sukses, dan dari sisi publik ada yang begitu sulit memahami, rumit dijelaskan filosofinya, dan ada pula

desain yang mudah dicerna, bahkan banyak juga desain yang terkesan tidak sesuai dengan apa yang dikomunikasikan.

Untuk menghasilkan sebuah desain grafis yang baik, seorang desainer grafis harus memahami konsep dan strategi promosi dalam proses perancangan karya desain grafis. Konsep perancangan grafis meliputi 4W dan 2H (Rhenald Kasali, 2007:24), yaitu:

1. What (positioning), apa yang ditawarkan dari produk atau pesan yang diiklankan, atau ingin dijual sebagai apa.
2. Who (segmen konsumen), siapa yang cocok dijadikan sasaran pasar dilihat dari segi demografi dan psikografi.
3. How (kreativitas), bagaimana membujuk calon pembeli agar tertarik, menyukai, dan loyal.
4. Where (media dan kegiatan), di mana saja daerah atau pasar yang perlu digarap, serta media dan kegiatan apa yang cocok untuk daerah pasar tersebut.
5. When (penjadwalan), kapan kegiatan tersebut dilaksanakan dan akan memerlukan waktu berapa lama.
6. How much (anggaran), seberapa jauh intensitas kampanye atau berapa banyak dana yang tersedia untuk membiayai periklanan tersebut.

Dari 4W dan 2H seperti yang disebutkan di atas kiranya sebuah tampilan desain grafis akan mampu mempengaruhi orang lain karena prinsipprinsip tersebut telah diterapkan, maka pendekatan desain grafis akan lebih menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku konsumen untuk menerima dan melakukan gagasan atau pesan dalam sebuah karya desain grafis.

## KOMUNIKASI DALAM PERIKLANAN

Komunikasi telah ada semenjak manusia ada. Pada saat Tuhan menciptakan Adam, sebagai brand, adalah produk dari jenis manusia pertama, Adam berkomunikasi dengan Tuhan, bisa diperkirakan beliau berbicara sambil menyembah Sang Pencipta yang tentunya menggunakan intonasi, istilah dan gerak-gerik yang sangat hormat dan merendahkan diri. Sementara ketika Adam berbicara kepada Siti Hawa, caranya pasti berbeda, sebagaimana layaknya seorang suami kepada istrinya yang berbicara setara sebagai umat manusia, yang pada taraf ini sudah disinggung tentang apa yang disebut sebagai target audience.

Kemudian Agama Islam diturunkan ke dunia. Bayangkan! Bagaimana Rasulullah Muhammad SAW harus menyebarkan agama Allah ke seluruh dunia, ke Negara yang berbeda, ke suku bangsa yang berbeda, ke masyarakat linguistik yang berbeda, sosial ekonomi yang berbeda, ke usia berbeda. Hasilnya? Bisa diukur dari jumlah pemeluk agama Islam di dunia ini! Luar Biasa! Rasulullah bertindak kurang lebih seperti yang dilakukan oleh advertising agency/biro iklan, tetapi prestasinya tidak akan disamai oleh biro iklan manapun, di mana pun, kapan pun, padahal di masa itu belum ada TV, radio, koran, majalah, apalagi internet (Budiman Hakim,2006:4).

Komunikasi, istilah dalam bahasa Inggris communication berasal dari bahasa Latin, yaitu communicatio yang bersumber pada kata communis yang berarti sama. Sama di sini adalah dimaksudkan sama makna. Jadi, apabila ada dua orang terlibat dalam komunikasi, misal dalam bentuk percakapan, maka komunikasi yang akan terjadi atau akan berlangsung selama ada keasamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Komunikasi sebagai salah satu ilmu yang paling tua, dalam sejarah perkembangannya ternyata komunikasi justru dibesarkan oleh para peneliti psikologi.

Tiga diantara empat orang Bapak Ilmu Komunikasi adalah sarjanasarjana psikologi, antara lain Kurt Lewin ahli psikologi dinamika kelompok yang gelar doktornya dalam bimbingan Koffka, Kohler, dan Wertheimer (ketiganya tokoh-tokoh Psikologi Gestalt), Paul Lazarsfeld, pendiri ilmu komunikasi yang banyak dipengaruhi oleh Sigmun Freud (Bapak Psikoanalisis), dan Carl I. Hovland yang pernah menjadi asisten Clark Hull (Tokoh Psikologi aliran behaviorisme) (Jalaluddin Rakhmat, 1999:2-3). Namun demikian sebagai ilmu, komunikasi menembus banyak disiplin ilmu, antara lain ilmu komunikasi dalam periklanan.

Sebuah iklan dapat diartikan dari sudut pandang komunikasi, murni periklanan, pemasaran, bahkan dalam perspektif psikologi. Perspektif komunikasi cenderung menekankan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dalam perspektif iklan cenderung menekankan pada aspek penyampaian pesan yang kreatif dan persuasif yang disampaikan melalui media khusus.

Perspektif pemasaran menekankan iklan sebagai alat pemasaran, sementara dalam perspektif psikologi lebih menekankan aspek persuasi iklan (Rendra Widyatama, 2007:15). Dalam komunikasi periklanan, tidak hanya menggunakan bahasa sebagai alatnya, tetapi juga alat komunikasi yang lain seperti

gambar, warna, dan bunyi. Iklan disampaikan melalui dua saluran media massa, yaitu media cetak (surat kabar, majalah, brosur, poster, billboard,dll) dan media elektronika (radio, televisi,film) (Alex Sobur, 2003: 116). Jika dilihat dari wujudnya, iklan mengandung tanda-tanda komunikatif. Lewat bentuk-bentuk komunikasinya itulah pesan menjadi lebih bermakna.

Gabungan antara tanda dan pesan yang ada dalam iklan diharapkan mampu menjadi persuasi kepada khalayak sasaran atau komunikan yang dituju. Periklanan sebagai salah satu media komunikasi, bersifat memberikan informasi, sekaligus menghibur dan mempengaruhi, yang lazimnya disebut dengan komunikasi persuasif. Persuasif didefinisikan sebagai proses mempengaruhi dan mengendalikan perilaku orang lain melalui periklanan. Lantas yang menjadi persoalan adalah bagaimana menciptakan iklan yang efektif agar pesan atau informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak dapat dengan cepat dan mudah diterima.

## Efektivitas Komunikasi Periklanan

Charles Cooley dan Las Well dalam Sadjiman Ebdi Sanyoto (2006:10) mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses pengoperan dan penerimaan lambang-lambang yang memiliki arti tertentu oleh sesorang kepada orang lain. Komunikasi dapat dilakukan secara langsung (face to face) atau tidak langsung (non face to face). Periklanan merupakan bentuk komunikasi tidak langsung melalui perantaraan media berbentuk audio, visual, maupun audio visual.

Periklanan termasuk dalam komunikasi massa, karena komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Jalaluddin Rakhmat 1999 : 189). Sifat komunikasi massa adalah:

* + - Bersifat tidak langsung , artinya harus melewati media teknis
		- Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi langsung antara komunikator dan komunikan.
		- Bersifat terbuka, artinya ditujukan kepada publikyang tidak terbatas dan anonim.
		- Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Sistem komunikasi massa secara psikologis juga memiliki karakter yang khas dibandinng dengan sistem komunikasi interpersonal, yaitu nampak pada pengendalian arus informasi (mengatur jalannya pembicaraan yang disampaikan dan yang diterima), umpan balik (respon, peneguhan, servomekanisme internal), stimulasi alat indra (stimuli melalui panca indera, melihat dan mendengar) dan proporsi unsur isi dan hubungan. Dalam komunikasi persuasif menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Jalaluddin Rakhmat (1999:13) setidaknya ada lima hal terkait dengan efektivitas komunikasi, yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

* + - Pengertian artinya adanya penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti apa yang dimaksudkan oleh komunikator.
		- Kesenangan yang dalam teori komunikasi disebut dengan komunikasi fatis (phatic communication) yang dilakukan untuk mengupayakan agar orang lain merasa “Oke” (analisis transaksional) dengan ber”say hello, apa kabar?” kepada orang lain tanpa bermaksud mencari keterangan, tetapi dimaksudkan untuk menimbulkan kesenangan.
		- Mempengaruhi sikap, yaitu melakukan komunikasi untuk mempengaruhi orang lain, yang harus menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku komunikan , dengan kata lain menghimbau khalayak untuk menerima gagasan dan ide komunikator melalui pesan yang disampaikan.
		- Hubungan baik terkait dengan hubungan sosial ditujukan untuk menumbuhkan hubungan social yang baik karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri.
		- Tindakan , lebih menitik beratkan pada persuasi sebagai komunikasi untuk mempengaruhi sikap.

Persuasi ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dikehendaki. Aplikasi terhadap periklanan terkait dengan lima hal yang disebutkan di atas merupakan syarat utama dalam menciptakan sebuah iklan yang efektif. Efektivitas dalam komunikasi akan berhasil jika lambang-lambang dapat diartikan sama oleh pemberi dan penerima pesan.

Proses pengoperan lambang dalam periklanan dilakukan dari verbal menjadi visual, dari produsen kepada konsumen, agar konsumen merubah tingkah lakunya sesuai dengan keinginan produsen. Jika lambang dalam periklanan tidak dapat

diartikan sama oleh konsumen sesuai dengan keinginan produsen , maka periklanan tersebut tidak berhasil. Berikut ini adalah gambaran mengenai struktur sistem komunikasi periklanan (Sadjiman Ebdi Sanyoto, 2006:11)



Pendekatan psikologis dalam komunikasi periklanan penting dilakukan guna memberikan informasi, pesan dan mampu mempengaruhi orang, diantaranya:

1. Sugesti, yaitu dengan memanfaatkan bakat meniru, baik itu meniru bintang idola, tokoh masyarakat, cendekiawan, dan lain-lain.
2. Perhatian, diusahakan agar iklan memiliki pengaruh dan berlangsung lama, mengingat luas perhatian orang sangat sempit dan terbatas.
3. Intelegensi atau kecerdasan, periklanan harus sedemikian mudahnya sehingga setidaknya dapat dimengerti oleh anak-anak atau secara masyarakat umum akan mudah mengingat dan memahami pesan iklan.
4. Ulangan, sesuatu yang cenderung diulang-ulang lebih tertanam pada diri manusia. Oleh karenanya periklanan harus diulang-ulang dari segi frekuensi dan jumlahnya.
5. Asosiasi, yaitu mengungkap pengalaman menarikyang dihubungkan dengan karakter produk, atau menumpangkan pada suatu objek yang sedang menarik perhatian orang.
6. Integrasi, yaitu kemampuan menyatukan diri pada komunikan sehingga timbul perasaan senasib, misal dengan kata „kita‟ bukan „saya‟.
7. Iming-iming, yaitu memberikan janji atau harapan yang baik.

Pesan iklan menjadi efektif apabila pesan tersebut mampu menggerakkan atau menggambarkan apa yang diharapkan oleh komunikator secara tepat dan apa yang dituangkan dalam pesan iklan tersebut mampu dipersepsi secara sama oleh khalayak, sesuai dengan yang dikehendaki oleh komunikator.

Komunikasi persuasif dalam periklanan harus memperhatikan 4W dan 2H (Rhenald Kasali, 2007:24) yaitu:

1. What (positioning), apa yang ditawarkan dari produk atau pesan yang diiklankan, atau ingin dijual sebagai apa.
2. Who (segmen konsumen), siapa yang cocok dijadikan sasaran pasar dilihat dari segi demografi dan psikografi.
3. How (kreativitas), bagaimana membujuk calon pembeli agar tertarik, menyukai, dan loyal.
4. Where (media dan kegiatan), di mana saja daerah atau pasar yang perlu digarap, serta media dan kegiatan apa yang cocok untuk daerah pasar tersebut.
5. When (penjadwalan), kapan kegiatan tersebut dilaksanakan dan akan memerlukan waktu berapa lama.
6. How much (anggaran), seberapa jauh intensitas kampanye atau berapa banyak dana yang tersedia untuk membiayai periklanan tersebut.

Dari 4W dan 2H seperti yang disebutkan di atas kiranya sebuah tampilan atau tayangan iklan akan mampu mempengaruhi orang lain karena prinsip-prinsip tersebut telah diterapkan, maka pendekatan iklan akan lebih menyentuh motif yang menggerakkan atau mendorong perilaku konsumen untuk menerima dan melakukan gagasan atau pesan dalam sebuah iklan.

## KAIDAH-KAIDAH DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

* 1. Unsur-unsur DKV

Elemen-elemen/ unsur-unsur dasar Desain Komunikasi Visual :

1. Garis, sebagai dua titik yang dihubungkan. Pada dunia seni rupa kehadiran garis bukan saja hanya sebagai garis tetapi kadang sebagai simbol emosi yang diungkapkan melalui garis, atau yang lebih tepat disebut sebagai goresan. Di bawah ini adalah iklan tentang pertunjukan teater yang menggunakan elemen garis pada tampilan visualnya.



1. Bentuk, merupakan gambaran umum sesuatu atau formasi yang tertutup atau jalur yang tertutup. Salah satu cara melukiskan bentuk adalah dengan garis hingga menjadi bentuk-bentuk seperti lingkaran, elips, silinder, piramid, kubus, kemudian bentuk diisi dengan warna, nada, atau tekstur, sehingga akan menggambarkan atau menampilkan kualitasnya.

Iklan Federal Express menggunakan bentuk pada tampilan visualnya

1. Kontras Nilai, digunakan untuk menggambarkan rentang kecerahan dan kegelapan sebuah elemen visual. Kontras nilai memberikan citra dan persepsi secara rinci, yang diperlukan untuk membaca kata atau tulisan pada karya DKV. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik visual maupun emosional. Iklan pertunjukan balet menggunakan kontras nilai pada tipografi dan ilustrasi sebagai background, sehingga tipografi menjadi sangat kontras dan mudah dibaca



1. Warna, merupakan elemen grafis yang paling kuat dan provokatif karena warna dapat berperan dalam segala aspek kehidupan manusia. Warna mampu berbicara sebagai warna itu sendiri, warna sebagai representasi

alam, warna sebagai lambang atau simbol, dan warna sebagai ekspresi. Iklan pewangi pakaian ini menggunakan unsur warna yang dominan dalam tampilan visualnya



1. Tekstur, merupakan kualitas permukaan atau kualitas papan atau kertas atau halaman elektronik. Tekstur dikategorikan menjadi dua, yaitu tekstur nyata (tactile) dan tekstur semu/ilusi (visual). Iklan asuransi medis keluarga menggunakan tekstur dari lukisan Van Gogh



1. Ilustrasi adalah seni membuat gambar yang fungsinya untuk memperjelas, memperindah, dan menerangkan sebuah naskah. Selain itu fungsi ilustrasi apabila diletakkan di tengah-tengah tulisan fungsinya sebagai pelepas lelah. Taknik yang digunakan dalam ilustrasi antara lain dengan tangan (hand drawing), fotografi, atau komputer. Gambar tangan (hand drawing).

Teknik gambar tangan ini secara keseluruhan menggunakan kemampuan tangan yang memberikan ekspresi dan karakter tertentu sehingga gambar menjadi menarik. Fotografi Teknik fotografi ini secara keseluruhan menggunakan alat bantu yang relatif canggih seperti kamera, baik kamera berjenis analog maupun kamera digital. Teknik fotografi juga

dapat memberikan ekspresi gaya tertentu sehingga obyek menjadi realistis, eksklusif, dan persuasif.

Teknik fotografi ini juga dapat mengubah suasana lebih anggun dan mempesona dengan pengaturan obyek yang tepat serta permainan sinar yang tepat pula. Digital Teknik ilustrasi digital dengan komputer menggunakan aneka software seperti corel Draw, adobe illustrator, photoshop, freehand, dan lain-lain sebagai dampak perkembangan teknologi.

1. Tipografi Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pad ruang- ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan khusus, sehingga akan menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin.

Sebagai bagian dari kebudayaan manusia, huruf tak lepas dari keseharian manusia.

Hampir seluruh bangsa di dunia menggunakannya sebagai sarana komunikasi. Sejarah perkembangan tipografi dimulai dari penggunaan pictograph (bahasa gambar) yang banyak digunakan oleh bangsa-bangsa Viking Norwegia dan Indian Sioux. Perkembangan selanjutnya di Mesir berkembang jenis huruf Hieratia yang terkenal dengan nama Hieroglyphe sekitar abad 1300 SM.

Bentuk tipografi inimerupakan akar dari tipografi Demotia, yang mulai ditulis dengan menggunakan pena khusus. Akhirnya bentuk tersebut berkembang sampai di pulau Kreta, menjalar ke Yunanai, dan akhirnya menyebar ke seluruh Eropa yang pada akhirnya mencapai puncak perkembangan tipografi terjadi pada sekitar abad ke-8 SM, di Roma pada saat bangsa Romawi membentuk kekuasaannya. Karena bangsa Romawi tidak memiliki sistem tulisan sendiri, mereka mempelajari sistem tulisan Etruska sebagai penduduk asli Italia dan menyempurnakannya sehingga terbentuk huruf-huruf Romawi( Murphy, 1998).

Perkembangan tipografi saat ini telah mengalami fase yang dimulai dari fase penciptaan tangan (hand drawn), ditemukannya mesin cetak sederhana, sampai fase komputerisasi. Beberapa istilah yang berkaitan dengan tipografi, yaitu:

* Typeface, adalah desain dari satu set bentuk huruf , angka, tanda baca, yang memiliki satu sifat visual yang standar dan konsisten . Sifat

tersebut membentuk karakter yang tetap meski rupa dan bentuk dimodifikasi (Will Hill, 2005:24).

-Typefont, adalah satu set bentuk huruf, angka, tanda baca, dalam rupa, ukuran, dan gaya khusus untuk komunikasi.

* Typestyle, adalah modifikasi typeface yang didesain berbagai variasi guna memunculkan karakter visual.

Perkembangan tipografi yang sudah menggunakan teknologi komputerisasi menyebabkan munculnya ribuan bahkan puluhan ribu jenis font. Fase komputerisasi ini menjadikan penggunaan tipografi lebih mudah dan cepat. Untuk mempermudah penggunaan jenis huruf ada empat kategori keluarga huruf sebagai pedoman perancangan dalam desain grafis, yaitu:

Serif Ciri: memiliki sirip/ kaki/ serif yang berbentuk lancip pada ujungnya, memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya. Kesan: klasik, anggun ,lemah gemulai.

Font: Times New Roman, Lucida, Monotype Ball, Dutch 811, dsb.

Aplikasi: ROMANSA

San Serif Ciri: tidak memiliki kaki/serif/sirip , bertangkai tebal, sederhana dan tingkat keterbacaan tinggi. Kesan: kokoh, kuat, kekar, stabil. Font: Arial, Verdana, Halvetica, Futura, Avant Garde, dsb. Aplikasi: SEMANGAT

Script (huruf tulis/latin) Ciri: menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan pena, kuas, atau pensil tajam, dan biasanya miring ke kanan. Kesan: bersifat pribadi dan akrab Font: Bickhman Script,Amazone, Monotype Corsiva,dsb. Aplikasi: Indah Miscellaneous (dekorasi) Ciri: memberi dekorasi atau hiasan pada hurufnya. Kesan: indah, dekoratif, ornamentik. Font: Zebrawood, Milano, Saphir, Bodoni Clasic Shadow, dsb. Aplikasi: DEKORASI

# PERANCANGAN DAN PROSES DESAIN KOMUNIKASI VISUAL


## (Pertemuan 3)

1. **Lembar Kerja Peserta Didik**

**Materi** : Perancangan dan Proses Desain Komunikasi Visual

**Tujuan** : Peserta didik mampu menerapkan elemen dasar perancangan dan proses desain dan produksi dalam eksekusi kerja desain komunikasi visual secara mandiri

## Tujuan individu peserta didik,

Membuat desain layout untuk Poster Iklan Layanan Masyarakat sesuai tugas akhir di pertemuan ke 4 :

## Contoh :

Nama :

Kelas :

Tema Poster Iklan :

## Alat dan Bahan

* 1. Kertas Gambar / Sketch
	2. Pensil 2B
	3. Wacom Pen Drawing
	4. Laptop / Komputer
	5. Software Adobe Ilustrator

## Penilaian :

1. Proses Kerja (30%)
	1. Pemakaian Alat/Software (10%)
	2. Keselamatan Kerja (10%)
	3. Sikap Kerja (10%)
2. Hasil Kerja (70%)
	1. Isi / Pesan (10 %)
	2. Kesesuaian Font (15 %)
	3. Lay out (10 %)
	4. Komposisi (10 %)
	5. Psikologi desain (Keseimbangan Simetris dan Asimetris) (10 %)
	6. Keindahan / Estetika Desain (15 %)

## Rubrik Penilaian

Nama .................................................................................. :

Kelas................................................................................... :

Produk Logo / Tagline /

Poster \*)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| **Proses Kerja** |
| 1 | Pemakaian Alat/Software (10%) |  |  |
| 2 | Keselamatan Kerja (10%) |  |  |
| 3 | Sikap Kerja (10%) |  |  |
| **Hasil Kerja** |
| 1 | Isi / Pesan (10 %) |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| 2 | Kesesuaian Font (15 %) |  |  |
| 3 | Lay out (10 %) |  |  |
| 4 | Komposisi (10 %) |  |  |
| 5 | Psikologi desain (KeseimbanganSimetris dan Asimetris) (10 %) |  |  |
| 6 | Keindahan / Estetika Desain (15%) |  |  |
| **Skor Total** |  |
| **Komentar** |  |
| **Kesimpulan** | Kompeten / Belum Kompeten \*) |
| **Remedial (jika belum kompeten)** |  |
| **Nama Guru & Tanda Tangan** |  |  |

## Bahan Bacaan Guru dan Peserta Didik

**1) MERANCANG FORMAT (LAYOUT/TATA LETAK)**

Secara umum layout dan komposisi adalah ekspresi dari keseimbangan, proporsi dan hubungan dengan ruang, dengan memasukkan unsur-unsur DKV brdasarkan prinsip-prinsip dalam desain sesuai dengan keinginan seorang desainer. Suatu komposisi (layout) atau tata letak adalah suatu bidang dimana berbagai unsur dipadukan dengan aturan-aturan tertentu sehingg menjadi suatu rancangan yang menarik.

Tata letak atau yang juga sering disebut dengan layout pada dasarnya adalah sebuah rancangan , secara fisik merupakan sket yang masih kasar untuk mengorganisir unsur-unsur grafis. Layout adalah merangkai unsurunsur grafis tertentu menjadi suatu susunan yang enak dan menyenangkan untuk dilihat, tinggi nilai estetisnya dan mencapai tujuan dengan cepat dan tepat.

Layout sebagai pengatur elemen-elemen dasar desain pada tempat yang sepatutnya untuk mencapai terjadinya komunikasi yang efektif, menyenangkan, dan tercapai suatu tujuan tertentu. Tujuan dari tahapan layout adalah untuk mecari atau mendapatkan komposisi yang baik dan komunikatif. Dalam arti mudah dibaca dan ditangkap ,persuasif (kesan) , menimbulkan sugesti, baik gambar maupun teksnya secara cepat. Tahapan- tahapan dalam layout antara lain: miniatur layout (thumbnail sketch), layout kasar (rough layout), tata letak komprehensif (comprehensive / comp ).

## Thumbnail Sketch

Thumbnail sketch atau yang juga sering disebut dengan sketsa miniatur atau tata letak miniatur adalah tahapan dalam perancangan untuk menentukan komposisi unsure-unsur yang akan ditempatkan. Bentuk lay out ini biasanya berukuran kecil-kecil dengan perbandingan 1 : 4 sampai dengan 1 : 8 dari ukuran jadi.

Thumbnail ini bisa dibuat dalam beberapa variasi atau alternatif sehingga bisa menjadi sarana ekonomis dalam membuat alternatif rancangan dan bisa dikerjakan dalam waktu relatif cepat dalam memicu munculnya gagasan baru sampai mendapatkan desain final atau desain yang terbaik



## Rough Layout

Rough layout atau yang sering diistilahkan dengan tata letak kasar adalah tahapan layout setelah memilih satu thumbnail sketch yang telah diperbesar seperti ukuran sebenarnya, tetapi masih dalam bentuk kasar. Pada tahapan ini sudah dapat terbaca gambar dan teksnya, serta masih dalam tahapan uji coba, karena bila dirasa masih belum cocok, maka masih bisa dirubah lagi.



## Comprehensive/Comp

Comprehensive/comp atau disebut dengan tata letak komprehensif adalah langkah lebih lanjut untuk melengkapi semua elemen yang dibutuhkan. Semua dibuat dalam bentuk sedetail-detailnya, baik dari jenis huruf, ilustrasi, pemakaian warna, logo, bodycopy dengan ukuran huruf yang sudah terukur besar kecilnya.

Dengan kata lain keseluruhan unsur sudah dibuat secara baik dan benar seperti gambar berupa foto atau hand drawing, teks yang telah disusun dengan komputer, sehingga comp yang dibuat atau disusun dengan sangat teliti akan terlihat sama dengan desain jadinya. Tingkat atau kualitas layout yang baik dapat dinilai melalui komposisi, keseimbangan, irama, kontras, proporsi, kejelasan penyajian, kesederhanaan, penggunaan blank space atau yang sering disebut dengan ruang kosong.

Kaidah-kaidah komposisi antara lain:

* Proporsi, digunakan untuk menentukan proporsi atau ukuran perbandingan antara yang panjang dan lebar pada empat persegi panjang antara gambar dan bidang gambar.
* Keseimbangan atau balance, yaitu kesamaan dari unsur-unsur tertentu yang berlawanan atau bertentangan Unsur-unsur yang saling berlawanan tersebut tidak perlu mempergunakan bentuk yang sama karena unsure yang tidak sama pun dapat divisualisasikan secra seimbang dan menarik asal terdapat kesamaan antara nilai masing-masing.
* Irama atau ritme dapat terbentuk karena adanya pengulangan dan gerakan. Didalam musik ritme adalah tempo, perpindahan dari satu chord ke chord yang lain, suatu aliran, pola-pola yang menonjol, atau tekanan. Di dalam desain grafis , ritme merupakan pola yang diciptakan dengan mengulang atau mebuat variasi elemen dengan pertimbangan yang diberikan terhadap ruang yang ada diantaranya dan dengan membangun perasaan berpindah dari satu elemen ke elemen lainnya. Prinsip utama dalam ritme adalah mengerti perbedaan antara pengulangan dan variasi. Pengulangan adalah mengulang elemen visual, beberapa atau seluruhnya secara konsisten , sedangkan variasi adalah perubahan sejumlah elemen , misal warna, bentuk, ruang, posissi, dan bobot visual elemen.
* Pusat perhatian atau center of interest atau vocal point merupakan bagian peletakan unsur-unsur yang dijadikan perhatian pertama atau yang paling disorot dan paling dominan untuk disampaikan atau dilihat. Penempatan pusat perhatian dapat di tengah, di pinggir, atas, bawah, dan lain-lain tergantung pada pertimbangan estetis, komunikatif dan persuasifnya. - Kontras nilai merupakan perbedaan keadaan pengorganisasian unsur yang satu dengan unsur yang lain secara mencolok dan kadangkala berlebihan. Kontras digunakan untuk menggambarkan rentang kecerahan dan kegelapan elemen visual. Kontras nilai memberi citra dan persepsi secara rinci. Perbedaan kontras nilai akan memberikan efek yang berbeda baik secara visual maupun emosional. Jika rentang kontras nilai sempit maka disebut kontras rendah, sebaliknya jika rantang kontras nilai tinggi maka disebut kontras tinggi.
* Kesatuan atau unity berarti semua unsur-unsur yang digunakan dalam karya seni harus saling berhubungan dengan baik, dan pengorganisasiannya mengandung makna dan menarik.

Dengan kata lain untuk mencapai kesatuan adalah bagaimana mengorganisasi seluruh elemen , baik itu garis, warna, bentuk, tekstur,kontras nilai, keseimbangan, pusat perhatian, ritme dengan baik dan mampu membangun ikatan atau hubungan diantaranya. Beberapa prinsip membuat kesatuan antara lain adalah :

Hubungan, yaitu mengulang suatu elemen, misal warna, arah, bentuk, tekstur, atau membangun suatu gaya, atau membangun hubungan yang ada, Grid, yaitu membagi sub bagian format ke dalam bagian horizontal dan vertical secara tetap, kolom, margin, dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasai ruang, huruf, dan gambar dalam desain,

Kesejajaran, yaitu hubungan visual yang dibuat antara elemen- elemen tertentu, bentuk, yang mempunyai garis poros yang sama, Aliran, yaitu menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemen satu ke elemen lain. Suatu komposisi atau layout menurut Raymond A. Ballinger (1970:31) di dalamnya terkandung:

* + Heading atau headline: teks yang biasanya menggunakan ukuran huruf lebih besar dan tebal disbanding teks yang lain.
	+ Subhead atau subheadline: heading sekunder dengan ukuran huruf lebih kecil dari headline dan ditempatkan di bawah headline, sifatnya berupa penjelasan singkat dari headline.
	+ Ilustrasi: materi ilustrasi sebagai visualisasi teks, berupa foto, ilustrasi digambar dengan tangan, komputer, baik secara ilustratif, dekoratif, kartun, berwarna atau hitam putih, atau keduanya.
	+ Ilustrasi sekunder: materi ilustrasi lain berukuran lebih kecil dari visual utama untuk melengkapi visual yang ada.
	+ Teks atau bodycopy: pesan yang ingin disampakan.
	+ Logo: desain atau simbol dari suatu organisasi atau badan usaha sebagai tanda pengenal, biasa juga disebut sebagai trade mark atau logotype.
	+ Signature: nama atau instansi atau advertiser atau perusahaan pemasang iklan.

Layout yang baik setidaknya memerlukan beberapa prinsip yang perlu diperhatikan, yaitu:

* Mengatur secara visual agar seluruh elemen yang telah disusun dapat dikenal, diingat, dipahami, yaitu dengan cara mengaturnya sebaik mungkin dan teratur.
* Menetapkan arah baca pemirsa seperti lazimnya, yaitu dari arah kiri ke kanan, atau dari atas ke bawah.
* Memberikan penekanan terhadap sesuatu yang dianggap penting atau yang hendak ditonjolkan dalam iklan tersebut.
* Menciptakan adanya suatu kesatuan yang saling berkaitan antara satu dengan yang lainnya, antara lain dengan cara tidak meletakkan satu unsur berjauhan dengan unsure lainnya sehingga terkesan unsur-unsur tersebut saling terpisah.
* Meletakkan seluruh elemen yang ada, sehingga alemen yang satu dengan lainnya berada pada alur-alur yang teratur.
* Mengatur ruang kosong atau memanfaatkan ruang kosong untuk menonjolkan iklan.
* Menggunakan kontras warna untuk menonjolkan suatu elemen.
* Menggunakan proporsi yang sesuai dan menyenangkan dan cocok dengan kebutuhan.
* Membuat atau mempertahankan keseimbangan visual dalam layout yang dibuat.
* Membuat layout sesederhana mungkin, tidak terlalu ramai, karena dapat mengacaukan maksud dan tujuan sebuah iklan.

# PERANCANGAN DAN PROSES DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

## (Pertemuan 4)

1. **Lembar Kerja Peserta Didik**

**Materi** : Perancangan dan Proses Desain Komunikasi Visual

**Tujuan** : Peserta didik mampu menerapkan elemen dasar perancangan dan proses desain dan produksi dalam eksekusi kerja desain komunikasi visual secara mandiri

## Tujuan individu peserta didik,

Membuat Poster Iklan Layanan Masyarakat sesuai tugas layout yang sudah di buat pada pertemuan sebelumnya :

## Contoh :



Nama :

Kelas :

Tema Poster Iklan :

## Alat dan Bahan

* 1. Wacom Pen Drawing
	2. Laptop / Komputer
	3. Software Adobe Ilustrator

## Penilaian :

* + 1. Proses Kerja (30%)
			1. Pemakaian Alat/Software (10%)
			2. Keselamatan Kerja (10%)
			3. Sikap Kerja (10%)
		2. Hasil Kerja (70%)
			1. Isi / Pesan (10 %)
			2. Kesesuaian Font (15 %)
			3. Lay out (10 %)
			4. Komposisi (10 %)
			5. Psikologi desain (Keseimbangan Simetris dan Asimetris) (10 %)
			6. Keindahan / Estetika Desain (15 %)

## Rubrik Penilaian

Nama .................................................................................. :

Kelas................................................................................... :

Produk Poster

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| **Proses Kerja** |
| 1 | Pemakaian Alat/Software (10%) |  |  |
| 2 | Keselamatan Kerja (10%) |  |  |
| 3 | Sikap Kerja (10%) |  |  |
| **Hasil Kerja** |
| 1 | Isi / Pesan (10 %) |  |  |
| 2 | Kesesuaian Font (15 %) |  |  |
| 3 | Lay out (10 %) |  |  |
| 4 | Komposisi (10 %) |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Penilaian** | **Skor** | **% skor** |
| 5 | Psikologi desain (KeseimbanganSimetris dan Asimetris) (10 %) |  |  |
| 6 | Keindahan / Estetika Desain (15%) |  |  |
| **Skor Total** |  |
| **Komentar** |  |
| **Kesimpulan** | Kompeten / Belum Kompeten \*) |
| **Remedial (jika belum kompeten)** |  |
| **Nama Guru & Tanda Tangan** |  |  |

## Bahan Bacaan Guru dan Peserta Didik

1. **Visual Language**

Visual language atau bahasa visual dapat diartikan sebagai bahasa gambar dan dapat juga sebagai bahasa simbol. Bahasa visual dapat digunakan sebagai salah satu cara berkomunikasi, tidak melalui bahasa verbal atau isyarat, tetapi melalui media gambar. Bahasa visual juga dapat digunakan sebagai media mengekspresikan diri. Pada perkembangannya bahasa visual menjadi bentuk yang lebih luas: semiotika tanda, simbol, logotype, landmark, dll.



## Signage

Signage sering juga diartikan dengan tanda/simbol. Signage memiliki arti-arti tertentu yang harus diikuti oleh masyarakat yang disampaikan oleh instansi

tertentu, contohnya adalah rambu-rambu lalu lintas, logo perusahaan,dll. Signage mulai berkembang pada akhir tahun 1980-an sebagai kebutuhan akan menginformasikan terhadap sesuatu hal. Sistem ini kemudian diadopsi oleh berbagai industri, dan secara jelas sekali signage ini banyak digunakan oleh industri transportasi untuk tujuan mengidentifikasikan arah dan tujuan atau sifatnya sebagai panduan bagi masyarakat menuju lokasi tertentu.

## Jenis Logo atau Trade Mark

Sejarah pembuatan simbol telah ada sejak tahun 4000 SM, yaitu ketika bangsa Sumeria membuat 2000 simbol yang merupakan penyederhanaan awal untuk menyebutkan makhluk atau benda yang mereka lihat. Peradaban yang lebih maju adalah ketika bangsa-bangsa Eropa dan Asia pada abad pertengahan, ketika itu para bangsawan mengalami masa kejayaan, bangsa-bangsa berkekuasaan besar meluaskan daerah jajahannya, agama-agama besar hadir di seluruh pelosok dunia, maka pada masa ituah banyak sekali lambang-lambang kebesaran diciptakan dengan atribut pendukungnya.

Perkembangan di Eropa, banyak bermunculan kerajaan-kerajaan yang sudah menggunakan logo sebagai simbol identitas. Fungsi logo saat itu, sebagai simbol keberadaan suatu kerajaan dan menjadi salah satu identitas kerajaan tersebut. Selanjutnya perkembangan saat ini implementasi logo adalah sebagai sebuah identitas dalam suatu kelompok, organisasi, institusi.

Logo adalah simbol yang digunakan untuk menyampaikan pentingnya citra sebuah institusi komersial maupun social. Logo juga dapat menunjukkan kegiatan dan fungsi perusahaan yang diwakilinya, karenanya, logo henaknya didesain secara unik, menunjukan kejelasan, keseimbangan, kelayakan, keindahan, dan kesederhanaan. Kesederhanaan dan kejelasan sangat penting karena bagi masyarakat umum yang melihatnya tidak boleh dibingungkan oleh desain logo tersebut. Keseimbangan juga sangat penting, karena gambar yang proporsional dan seimbang akan menyenangkan untuk dilihat.

Beberapa rambu-rambu untuk mencapai logo yang baik:

* Harus sesuai dengan budaya.
* Logo harus menyandang citra yang diinginkan dan menunjukkan keadaan sebenarnya atau kegiatan institusi.
* Sebagai alat komunikasi secara visual.
* Seimbang baik berwarna, maupun hitam putih.
* Menggambarkan irama dan proporsi.
* Artistik, elegan, sederhana, ada titik fokus.
* Desain harmonis.
* Ketepatan penggabungan antara tulisan dan gambar sehingga mampu menyampaikan pesan secara jelas.

## 3D Graphic Design

3D Graphic design adalah karya desain grafis dalam bentuk tiga dimensi, dimana dalam perancangan karya ini terdapat unsur volume atau keruangan yang melibatkan ukuran panjang, lebar dan tinggi. Pada karya ini dapat berupa karya tipografi, logo, ataupun karya-karya desain grafis lainnya.



## METODE PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Metode merupakan sistem kerja untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan. Metode yang digunakan pada perancangan DKV secara garis besar dilakukan melalui tahapan Identifikasi, Analisis, Sintesis, dan Evaluasi.

## Identifikasi Data

Tahapan identifikasi dilakukan melalui tahapan persiapan untuk mendapatkan data-data melalui wawancara dan pengamatan. Langkah selanjutnya adalah mendapatkan data melalui buku referensi, majalah, fotofoto, artikel di internet berupa data visual dan data verbal. Selanjutnya setelah data terkumpul, dilakukan identifikasi data berupa pengelompokan dan pemilahan berdasarkan kategori yang sama.

## Analisis Data

Analisis data dan elaborasi dilakukan melalui data yang telah diidentifikasi, selanjutnya dianalisis. Analisis data yang digunakan antara lain adalah dengan pendekatan A-A Procedure atau From Attention to Action Procedure (Sanyoto, 2006:12-13). A-A Procedure adalah proses pentahapan komunikasi persuasif yang dimulai dari usaha untuk membangkitkan perhatian (Attention) kemudian berusaha meggerakkan seseorang atau banyak orang agar melakukan kegiatan (Action) seperti yang diharapkan. A-A Procedure kemudian dijabarkan menjadi AIDA, yaitu Attention (perhatian), Interest (ketertarikan /minat), Desire (keinginan/hasrat), dan Action (tindakan/perbuatan). Pengembangannya rumus klasik tersebut ditambah Confidence (keyakinan) diantara Desire dan Action. Analisis data juga dapat dilakukan melalui analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threath). Strength (kekuatan).

## Sintesis

Tahapan sintesis dilakukan melalui tahapan perencanaan media dan perencanaan kreatif. Perencanaan Media:

1. Tujuan Media Tujuan media dibentuk dari tiga aspek, yaitu jangkauan (reach), frekuensi (frequency) dan kesinambungan (continuity). Sebelum menentukan strategi media perlu dipertimbangkan sasaran/segmentasi (khalayak sasaran/target audience): Jenis kelamin, usia, sosio ekonomi (semua lapisan baik menengah ke bawah maupun menengah ke atas), status pendidikan jangkauan eografi (lokal, nasional, perkotaan, pedesaan dll), psikografis (kesukaan atau kebiasaan).
2. Strategi Media Strategi media sebagai jawaban tujuan media yang telah ditetapkan, meliputi pemilihan media dan prioritas media dan menentukan media utama dan media penunjang. Pemilihan media disesuaikan dengan karakter audience, misal poster yang ditempelkan di sekolah-sekolah sasaran pemeriksaan gigi yang dapat dilihat setiap saat oleh audience. Prioritas media adalah melakukan seleksi lebih ketat berdasarkan budget media yang tersedia, serta efektivitas komunikasinya.
3. Program Media Program media berkaitan dengan penjadwalan media, menentukan ukuran, durasi, mengatur waktu tayangan, jenis media.
4. Budget Media Budget media meliputi anggaran media (placement), sewa ruang, sponsor program, serta pajak, biaya perijinan, dan sebagainya.

## Perencanaan Kreatif

1. **Tujuan Kreatif**

Menyusun tujuan kreatif artinya menentukan target kreatif yang ingin dicapai. Sebagai contoh dalam menyampaikan informasi pola hidup sehat kepada masyarakat, terutama kesehatan gigi anak akan menyajikan tampilan visual bergaya petualangan, mengajak anak berimajinasi, menjelajah planet gigi untuk mendapatkan informasi yang benar tentang pentingnya menjaga kesehatan gigi.

## Strategi Kreatif

Strategi kreatif dilakukan guna mendapatkan cara yang tepat dan efektif terkait dengan kampanye kesehatan gigi anak. Strategi kreatif lebih dipersempit membicarakan masalah desain dan bidang kreatif. Pada wilayah ini ditentukan paduan kreatif yang berisi bentuk verbal dan visual serta isi materi yang hendak dikomunikasikan.

Strategi visual terkait dengan siasat, taktik, kebijakan atau langkah-langkah yang digunakan untuk mencapai tujuan tata visual desain tetap berpegang pada dua paduan, yaitu unsur-unsur Deskomvis dan Prinsip-prinsip dasar tata desain (kaidah-kaidah tata desain).

Unsur-unsur Deskomvis dalam perancangan iklan layanan masyarakat tentang kesadaran akan kesehatan gigi anak meliputi aspek verbal-visual, yang meliputi verbal: judul, sub judul, teks bodycopy, slogan, sedangkan visual: ilustrasi, tipografi, dan warna, yang akan memunculkan karakter dan cirikhas ILM kesehatan gigi anak akan terwakili image/pencitraannya dengan cara menggunakan pendekatan imajinasi, daya khayal berpetualang, agar anak lebih tertarik, akrab dan asyik jauh dari bayangan yang tidak menyenangkan sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih efektif.

Tak lupa prinsip-prinsip atau kaidah-kaidah tata desain tetap digunakan, yaitu dominasi/penekanan (emphasis), irama/keselarasan/gerak (movement), kesatuan (unity), keseimbangan (balance), keserasian/proporsi (proportion),

kesederhanaan (simplicity), dan kejelasan (clarity). Strategi visual yang paling menonjol adalah menciptakan satu tokoh/maskot dengan image pahlawan super yang baik hati, gagah perkasa, membela kebenaran, yang diharapkan akan menjadi panutan bagi anak-anak karena yang terutama tokoh ini akan selalu mengajak anak-anak untuk menjaga kesehatan gigi.

## Program Kreatif

Program kreatif dilakukan untuk menyusun penjadwalan proses produksi dan proses kreatif, seperti kapan membuat layout, finishing, dan sebagainya.

## Budget Kreatif

Budget kreatif meliputi biaya produksi (production cost) dan design fee.

## Evaluasi

Tahapan evaluasi merupakan kesimpulan dari data-data yang telah diidentifikasi, dianalisis dan sintesis, yang akhirnya memunculkan final design dan final concept sesuai dengan tema perancangan yang diangkat.

## Skema Metode Perancangan



1. **MERANCANG PRODUK GRAFIS**

Metode yang dilakukan dalam merancang produk grafis agar mendapatkan konsep kreatif yang jelas, perlu melakukan beberapa hal sebagai berikut:

* 1. Statement of problem, yaitu merumuskan apa yang menjadi perhatian utama suatu gagasan atau ide yang akan disampaikan kepada masyarakat.
	2. Survey of problem area, yaitu penelitian atau survey terhadap masalah yang telah dibatasi, agar segala pemikiran dapat dikembangkan menjadi beberapa gagasan yang lebih mendasar.
	3. Formulating the problem, yaitu merumuskan dan menyederhanakan masalah sehingga tercipta gagasan yang lebih terfokus.
	4. Unification and simplification, yaitu dari gagasan-gagasan kreatif yang telah dimiliki, diselaraskan dengan media-media yang akan digunakan, dan menyelaraskan dengan lingkungan dimana gagasan itu akan ditempatkan.

## =================================================================

**Daftar Pustaka**



|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Mengetahui,Kepala Sekolah |  | Mataram, 4 Juli 2021Penyusun |

**H.Istiqlal S.Pd. MM Puspita Yanuar Bidahyani S.Pd**

**196803121991031014 198601292022212023**