

## **BAB II**

### **TINJUAN PUSTAKA**

Tiga sub bab yang mengisi pada bab ini yaitu studi pustaka yang berisi penelitian terdahulu atau literatur-literatur ilmiah. Bagian kedua berisi referensi karya yang menjadi dasar konsep perancangan ini. Terakhir, dasar teori yang menjadi landasan yang kuat dalam perancangan ini.

#### **2.1 Studi Pustaka**

Pada sub-bab ini berisi tentang ringkasan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan topik dengan penelitian yang penulis rancang. Tinjauan pustaka yang menjadi rujukan penulis, yaitu:

##### **2.1.1 Penelitian Berjudul “Perancangan E-Katalog “Kampoeng Odomohen Surabaya” Sebagai Upaya Pengenalan Wisata Edukasi Lingkungan di Kota Surabaya” tahun 2022**

Penelitian yang disusun oleh Dheva Nanda Gusuma dari Universitas Internasional Semen Indonesia pada tahun 2022 [7]. Bagi Kampoeng Odomohen Surabaya, hasil penelitian ini merupakan media baru yang bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan wisata pendidikan lingkungan. Dengan adanya media ini diharapkan wisatawan akan lebih mudah mengetahui kreativitas dan potensi Kampoeng Odomohen Surabaya sebagai pilihan tempat berwisata bagi warga Surabaya dan masyarakat luar Surabaya.

Penekanan pada penggambaran fakta tentang wisata edukasi lingkungan di Kampoeng Odomohen Surabaya membedakan penelitian ini dengan penelitian yang penulis buat. Odomohen Kampoeng Wisata Surabaya merupakan salah satu jenis pengembangan desa wisata yang terletak di pusat kota Surabaya dan memiliki berbagai inovasi di bidang pengelolaan lingkungan. Sebaliknya, penulis merancang dan membahas semua informasi yang terkait dengan Lima Kawasan Wisata Dieng Baru di Kabupaten

Wonosobo, meliputi deskripsi wisata, konten wisata, tempat wisata, fasilitas wisata, fasilitas wisata dan keunggulan wisata-wisata alam yang ada di Lima Wisata Dieng Baru.

Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam pemilihan media katalog yang digunakan sebagai media promosi. Kelemahan penelitian ini yaitu tidak adanya media pendukung yang dibuat oleh penulis untuk memperkuat media utama dan membantu dalam promosi.

Sedangkan kelebihan dalam penelitian tersebut yaitu proses pengembangan karya memiliki landasan berdasarkan fakta yang tidak ambigu. Jenis metode dan teknik pengumpulan data penelitian ini akan diterapkan dalam perancangan yang penulis buat. Hal tersebut yang menjadi alasan penelitian ini untuk dijadikan referensi.

### **2.1.2 Penelitian Berjudul “Perancangan Katalog Wisata Kota Surabaya Sebagai Media Informasi Massa” tahun 2019**

Penelitian disusun oleh Putra Uji Deva Satrio Mahasiswa Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Nahdlatul Ulama, Sidoarjo dibuat pada tahun 2019 [8]. Penelitian ini membahas mengenai katalog yang bertujuan untuk memperkenalkan wisata-wisata yang ada di Kota Surabaya.

Ada sedikit perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu pada objek yang digunakan dalam penelitian ini mencakup semua bentuk wisata di Surabaya, baik wisata alam maupun wisata religi, wisata hiburan, wisata heritage, dan wisata taman kota. Sedangkan penelitian penulis dipusatkan pada destinasi wisata yang mayoritas terfokus pada wisata alam.

Rancangan penelitian ini dan rancangan penulis memiliki persamaan karena keduanya menghasilkan foto untuk digunakan dalam media. Kurangnya eksplorasi pada layout katalog, serta tidak adanya dasar pemikiran pemilihan tipografi dan warna menjadi kelemahan penelitian ini. Namun, penelitian ini memiliki kelebihan

yaitu strategi kreatif yang tergambar secara menyeluruh dan memiliki berbagai media pendukung. Penelitian ini dipilih sebagai referensi karena memiliki studi kasus atau topik yang relevan dengan permasalahan penulis, serta beberapa media pendukung yang nantinya akan digunakan dalam perancangan penulis.

### **2.1.3 Penelitian Berjudul “Perancangan Buku Fotografi Wisata Karst di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan” tahun 2018**

Penelitian yang disusun oleh Farhan Fachriansyah dan Yanuar Rahman dari Universitas Telkom pada tahun 2018 [9]. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan citra wisata karst yang representatif dan edukatif. Objek kajian ini adalah industri wisata karst di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan.

Fokus penelitian ini adalah wisata karst yang merupakan kawasan yang tersusun dari batugamping berpori, berbeda dengan penelitian yang peneliti rancang, yang membahas segala informasi terkait Lima Kawasan Wisata Dieng Baru di Kabupaten Wonosobo, meliputi deskripsi wisata, isi wisata, tempat wisata, fasilitas wisata, dan manfaat wisata alam di Kabupaten Wonosobo.

Persamaan dari penelitian ini yaitu dalam pemilihan media katalog dan menggunakan teknik fotografi. Kelemahan penelitian ini yaitu penggunaan media pendukung yang kurang beragam serta masih menggunakan buku yang dicetak yang dinilai kurang relevan pada zaman digital seperti saat ini.

Sedangkan kelebihanannya yaitu dalam proses perancangannya memiliki konteks yang jelas dan berdasarkan fakta. Penulis memilih penelitian ini untuk dijadikan sebagai referensi karena penulis akan menggunakan tahapan-tahapan proses desain, seperti sketsa rancangan tata letak kasar, sketsa dalam desain tata letak, dan desain akhir, untuk membuat desain katalog digital.

Orisinalitas karya dengan referensi perancangan yang ada yaitu terdapat perbedaan objek penelitian yang diambil. Objek penelitian

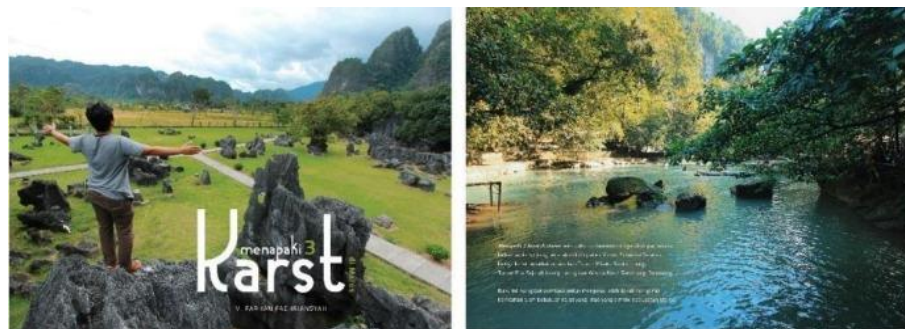
yang dipilih yaitu wisata Kota Surabaya sedangkan yang dipilih penulis yaitu wisata alam yang ada di Kabupaten Wonosobo yang belum dikenal khalayak luar daerah. Kemudian, terdapat perbedaan pada pemilihan target audiens perancangan katalog. Selain itu, terdapat pula perbedaan pemilihan jenis fotografi yang digunakan.

## 2.2 Referensi Karya

Referensi karya berisi tentang referensi-referensi penulis mengenai karya dari penelitian terdahulu agar karya yang dihasilkan lebih kuat dan menarik. Referensi karya yang menjadi pilihan penulis, yaitu:

### 2.2.1 Penelitian Berjudul “Perancangan Buku Fotografi Wisata Karst di Kabupaten Maros Sulawesi Selatan” tahun 2018

Penelitian yang disusun oleh Farhan Fachriansyah dan Yanuar Rahman dari Universitas Telkom pada tahun 2018 [9]. Dalam perancangan yang penulis buat dibutuhkan referensi *layout* dari berbagai sumber agar karya yang dibuat lebih relevan. Pada penelitian ini *layout* yang digunakan cocok untuk perancangan yang penulis buat.



Gambar 2. 1 Layout Cover Buku Perancangan Buku Fotografi Wisata Karst Kabupaten Maros Sulawesi Selatan

Sumber: Jurnal karya Farhan Fachriansyah dan Yanuar Rahman



Gambar 2. 2 Layout Buku Perancangan Buku Fotografi Wisata Karst Kabupaten Maros Sulawesi Selatan

Sumber: Jurnal karya Farhan Fachriansyah dan Yanuar Rahman

*Layout* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *layout Technical Design / white space*. Gaya *layout* tersebut menampilkan ruang kosong yang cukup banyak sehingga pembaca dapat berkonsentrasi pada teks dan gambar, serta pengaturan kolom yang tidak terlalu luas dan tidak memiliki banyak teks di dalamnya. Penulis akan menggunakan gaya *Layout Technical Design / white space* ini yang dipadukan dengan jenis *layout Picture Window Layout* sehingga menciptakan tata letak yang memprioritaskan foto dengan sedikit tulisan pada perancangan katalog digital yang akan dibuat nantinya.

## 2.2.2 “Fotografi Landscape Imam Widodo”

Referensi jenis fotografi yang di ambil yaitu jenis fotografi *Landscape*. Pada perancangan ini peneliti mengambil contoh foto milik Imam Widodo yang merupakan pecinta landscape fotografi asal Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah. Landscape merupakan jenis fotografi yang di dalamnya terdapat unsur-unsur alami hamparan tanah, pegunungan, langit dan perairan di kejauhan. Fotografi *landscape* juga menggambarkan ruang yang cukup luas, khususnya pemandangan alam yang dapat berukuran mikroskopis maupun besar.



Gambar 2. 3 Fotografi Landscape Danau

Sumber: <https://instagram.com/imamarchipale?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



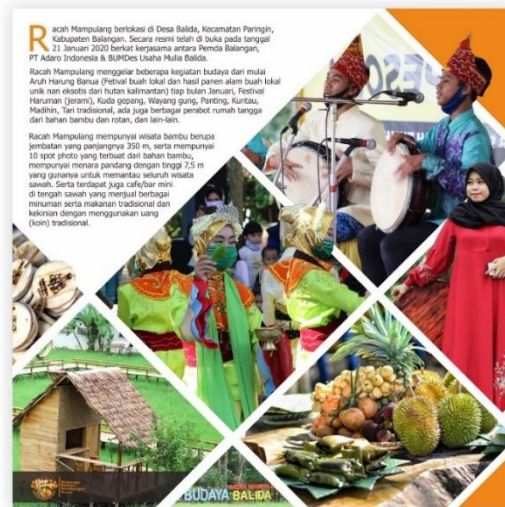
Gambar 2. 4 Fotografi Landscape Air Terjun

Sumber: <https://instagram.com/imamarchipale?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

Dua gambar referensi diatas menggunakan komposisi *Golden ratio*. Komposisi ini memiliki *point of interest* yang terletak pada titik pertemuan dua garis horizontal yang memiliki rasio atau perbandingan sehingga, menghasilkan gambar yang indah dan seimbang. Contoh komposisi foto ini nantinya akan digunakan saat wisatawan memotret Kabupaten Wonosobo, sehingga menghasilkan gambar yang lebih menarik.

### 2.2.3 “Katalog Wisata Racah Mampulang Desa Balida”

Di dalam perancangan yang penulis buat, tata letak foto sangat diperlukan agar buku katalog terlihat lebih menarik. Adapun referensi yang penulis ambil yaitu dari katalog Wisata Racah Mampulang Desa Balida.



Gambar 2. 5 Katalog Wisata Racah Mampulang Desa Balida

Sumber: <http://www.garudajayabalida.or.id/2021/07/katalog-wisata-racah-mampulang-desa.html>

Buku katalog wisata yang dibuat pada tahun 2021 oleh Garudajayabalida ini menampilkan gambar-gambar acara terkait pariwisata Desa Balida [10]. Susunan foto-foto dalam buku ini nantinya akan menjadi model susunan foto-foto katalog digital buatan penulis.

## 2.3 Dasar Teori

Karena berfungsi sebagai landasan yang kuat untuk penelitian yang akan dilakukan, dasar teori dapat diartikan sebagai konsep dengan pernyataan yang jelas dan metodis yang mencakup variasi. Landasan teori perancangan penulis adalah sebagai berikut:

### 2.3.1 Pariwisata

Setiap lokasi memiliki kapasitas untuk tumbuh asalkan mendapat dukungan dari mereka yang memiliki rutinitas dan tuntutan hariannya memerlukan rekreasi dan kesenangan. Berdasarkan semua itu, ada beberapa alasan dan tujuan terciptanya daya tarik wisata, pilihan, dan kegiatan wisata.

Menurut Gamal pada bukunya pada tahun 1997, “pariwisata” didefinisikan sebagai perjalanan seseorang atau lebih dengan maksud semata-mata untuk bersenang-senang dan mengetahui sesuatu untuk memuaskan hasratnya. Sedangkan kegiatan yang memiliki tujuan berpergian ke tempat lain dapat diartikan sebagai berwisata [11].

Menurut penjelasan di atas, wisata adalah praktik mengunjungi suatu lokasi yang belum pernah dikunjungi atau yang berbeda dari biasanya. Hal yang sama juga berlaku untuk pariwisata, yang mana terdiri dari berbagai kegiatan untuk satu orang atau lebih yang tujuan utamanya adalah untuk bersenang-senang, mengetahui, dan menikmati.

#### a. Jenis – Jenis Wisata

M. Kesrul menyebutkan bahwa objek wisata dibagi menjadi tiga kategori yaitu [12]:

##### 1) Wisata Alam

Wisata alam merupakan sebuah wisata yang memanfaatkan potensi alam yang masih alami maupun yang sudah dikelola sehingga menciptakan daya tarik tersendiri.

##### 2) Wisata Bangunan

Daya tarik utama untuk industri wisata bangunan adalah daya tarik estetika struktur bangunan, signifikansi sejarah, dan desain asli. Wisata bangunan biasanya menampilkan sisa-sisa dari masa lampau yang masih kokoh dan tangguh. dengan mengikuti wisata



bangunan ini, wisatawan dapat memperoleh berbagai pengalaman dan memperluas pemahaman tentang pentingnya sejarah bangunan lama.

### 3) Wisata Buatan

Wisata buatan merupakan wisata yang dibuat khusus oleh orang-orang untuk menarik wisatawan. Kebun Binatang adalah salah satu contoh dari wisata buatan karena merupakan tujuan wisata populer yang dirancang untuk meniru lingkungan alami hewan. Contoh lain dari wisata buatan antara lain yaitu, Taman, kolam, danau, dan kolam renang.

Jenis wisata yang akan penulis pilih dalam penelitian yang penulis buat yaitu jenis wisata alam dan buatan. Jenis wisata tersebut dipilih karena Kabupaten Wonosobo memiliki wisata berbasis alam dan terdapat juga wisata buatan yang biasanya merupakan wisata minat khusus.

#### **2.3.2 Katalog**

Secara umum, katalog adalah daftar barang atau benda yang ada di lokasi tertentu. Kata "katalog" berasal dari kata Latin "catalogus," yang dapat diartikan sebagai daftar barang atau benda yang memiliki sebuah tujuan [13]. Katalog umumnya dapat ditemukan pada bahan-bahan dari penerbit, ruang permainan, toko buku, perpustakaan, dan bahkan toko swalayan. Banyak sekali informasi yang bermanfaat termuat dalam katalog misalnya katalog penerbit. Katalog penerbit merupakan katalog yang diterbitkan oleh satu atau lebih penerbit yang mana merupakan sebuah bahan pustaka. Biasanya isi dari katalog penerbit mencakup informasi tentang penulis, judul bahan pustaka, edisi, tahun penerbitan, dan harga. Katalog ini sering berisi informasi yang perlu diketahui masyarakat umum.

Karya komunikasi visual memiliki banyak rupa salah satunya dalam bentuk buku. Katalog merupakan suatu karya yang berbenruk buku yang juga dapat menyampaikan pesan ke khalayak. Sebuah katalog didalamnya terdapat gambar dan sedikit tulisan yang bersifat informatif. Katalog dapat menjadi pilihan karena produk ini dinilai dapat meningkatkan ketertarikan seseorang untuk melihat maupun membuka isi konten didalamnya. Katalog dapat memnerikan informasi yang cepat dan dapat dengan mudah diterima pembaca karena dapat mencakup semua hal yang akan disampaikan. Katalog sendiri berfungsi membantu dalam pemasaran suatu produk.

a. Jenis – Jenis Bentuk Katalog

Katalog yang ada pada saat ini menurut Ika Laksmiwati terdiri dari berbagai bentuk antara lain [13] :

1) Karalog Pengarang

Merupakan sebuah katalog yang berisikan nama pengarang buku, sehinga di dalam katalog ini, semua data -data yang terkumpul tersusun sesuai abjad nama pengarang.

2) Katalog Judul

Berbeda dengan katalog lainnya, katalog buku berbentuk seperti kartu. Kartu-kartu tersebut berisikan judul buku yang disusun dengan rapih sesuai judul buku.

3) Katalog Buku (*Book Catalog*)

Katalog buku merupakan sebuah katalog yang berisikan deskripsi buku perpustakaan tertentu. Katalog ini dapat diketik maupun dicetak dalam bentuk buku.

4) Katalog Digital

Katalog digital dapat dianggap sebagai dokumen yang dikembangkan secara digital untuk memudahkan pengguna mempelajari barang atau jasa secara interaktif. Secara umum interaktif merupakan sebuah tindakan

yang didalamnya terjadi hubungan timbal balik antara satu dengan yang lainnya. Dalam banyak hal interaktif sangat dibutuhkan agar dapat terjadi hubungan dan mencapai tujuan tertentu.

Katalog digital dapat digunakan untuk mempromosikan produk berbasis multimedia. Karena katalog digital dipandang lebih relevan untuk bersaing di era modern, penulis memilih menggunakan media ini pada perancangan yang penulis buat.

### 2.3.3 Fotografi

Fotografi adalah media ekspresif. Memiliki komunikasi yang kuat dapat meluaskan observasi, interpretasi, dan daya cipta yang hampir tidak terbatas. Secara umum, fotografi mengacu pada metode atau proses yang dapat menghasilkan sebuah gambar atau foto objek dengan menangkap pantulan cahaya dari objek pada media yang peka terhadap cahaya [14].

#### a. Komposisi Fotografi

Untuk menciptakan karya fotografi yang berkualitas, diperlukan komposisi yang tepat dalam fotografi. Dengan sendirinya, komposisi dapat menciptakan "feel/mood" dari sebuah foto dan mencapai keseimbangan objek. Saat menyusun foto, perhatikan beberapa hal berikut [14]:

##### 1) *Point of interest*

Point of interest merupakan bagaimana memilih fokus/titik, yang akan menjadi perhatian utama saat pengambilan gambar.

##### 2) *Rule of thirds*

Rule of thirds memiliki point of interest yang terletak pada perpotongan garis-garis pada wilayah yang dipisahkan menjadi tiga kotak berukuran 3x3.

Komposisi ini, yang membagi area foto menjadi sembilan kotak yang sama.

3) *Golden Ratio*

Golden Ratio memiliki proporsi yang sama dengan aturan Rule of Thirds, tetapi karena pembagian sembilan ruang yang asimetris, fokus perhatian mengambil bentuk siput saat semakin tipis ke arah tengah. Foto-foto penulis selanjutnya diseimbangkan dengan baik dengan penggunaan komposisi ini.

4) *Framing*

Agar objek utama yang diambil penulis menjadi lebih menarik, maka Framing sangat dibutuhkan. Framing digunakan dalam memotret dengan tujuan untuk menguatkan objek yang ada di sekeliling frame tersebut.

5) *Line and curve*

Komposisi Line and curve dapat memberikan kesan dinamis pada foto-foto penulis yang diambil. Line and curve dalam komposisi dapat memberikan pengaruh emosional pada foto.

Komposisi-komposisi tersebut akan diterapkan dalam perancangan katalog digital ini guna mendapatkan hasil foto yang maksimal. Sehingga katalog digital tidak monoton.

b. Jenis Fotografi

Pada dasarnya, fotografi adalah sintesis dari desain visual yang kreatif, kemampuan organisasi yang praktis, dan metode untuk memosisikan item di dalamnya untuk meningkatkan nilai estetikanya. Fotografi landscape akan menjadi genre foto yang penulis gunakan untuk membuat portofolio digital ini [15]. Fotografi landscape menghasilkan gambar dengan karakteristik

pemandangan yang indah dan memiliki kemampuan untuk menampilkan seluruh subjek bidikan. Fotografi landscape Ini biasanya digunakan untuk menangkap elemen seperti gunung, pantai, sungai, danau, dan fitur alam lainnya [15].

#### c. Teknik dalam Fotografi

Untuk menghasilkan foto yang berkualitas tinggi, teknik-teknik dalam fotografi sangatlah berperan penting. Teknik-teknik tersebut diperlukan agar dapat menguasai proses pengambilan gambar [16]. Nantinya, teknik yang akan digunakan dalam pengambilan gambar yaitu Long Shot. Long Shot dilakukan dengan jarak yang cukup jauh antara objek dengan pemotret. Dengan menggunakan teknik ini, maka akan lebih menonjolkan objek beserta latar belakangnya tentunya ini sangat relevan digunakan untuk foto Landscape.

#### 2.3.4 Narasi

Narasi menggambarkan apapun atau urutan tindakan, peristiwa, atau situasi dari awal hingga akhir sehingga jaringan koneksi dapat dilihat di antara mereka. Bahasa disajikan dalam bentuk presentasional dan naratif. Biografi, narasi, roman, novel, dan cerita pendek adalah contoh dari jenis karangan ini [17].

Pada perancangan yang penulis buat ini akan memiliki narasi singkat yang dapat menggambarkan setiap lokasi objek wisata di dalamnya.

#### 2.3.5 Layout

Layout adalah padanan linguistik dari tata letak. Salah satu teorinya menyatakan bahwa tujuan layout yaitu untuk mengumpulkan, mengatur, atau mengintegrasikan unsur-unsur grafis (seperti teks, foto, tabel, dan sebagainya) menjadi komunikasi visual yang menarik dan estetis [18]. Secara teoritis, hal yang perlu diketahui untuk menciptakan layout yang baik adalah memahami prinsip-

prinsip desain seperti keseimbangan, ritme, kesatuan, dan perhatian untuk menciptakan tata letak yang layak.

a. Jenis – Jenis Layout

1) Mondrian Layout

Gaya layout yang terinspirasi dari pelukis Belanda Piet Modrian ini bersifat asimetris, menggunakan warna primer garis merah, kuning, biru, dan hitam untuk membagi ruang, dan elemen gambar disusun dalam ruang persegi panjang.

2) Aksial Layout

Tampilan visual pada jenis layout Aksial ini memiliki kekuatan di tengah halaman dengan tampilan gambar atau tulisan yang berpusat di tengah halaman.

3) Picture Window Layout

Karakteristik utama tata letak ini adalah tampilan gambar yang besar, yang diikuti oleh judul dan berisi teks yang sangat sedikit.

4) Silhouette Layout

Gaya desain ini ditandai dengan tata letak artikel yang meniru gerakan bentuk gambar yang digunakan. Selain itu, gambaran negatif (seperti siluet) terkadang digunakan untuk memperkuat informasi yang disampaikan.

5) Frame Layout

Pada jenis tata letak ini, frame dapat membentuk suatu cerita. pesan atau gambar yang berada di dalam frame dapat menjadi tema dalam design yang digunakan.

6) Circus Layout

Penyajian iklan dengan tata letak yang menyimpang dari kelaziman. Susunan gambar visual dan teksnya, tidak menentu tetapi tertata dengan baik.

Tampilan biasanya berupa banyak foto produk dalam satu halaman.

#### 7) Rebus Layout

Tata letak Rebus menggabungkan tulisan dan gambar di dalamnya, serta menggunakan gambar sebagai alat tulis. Tata letak iklan ini menggabungkan teks dan visual untuk membentuk sebuah cerita.

#### 8) Type Speciment Layout

Menggunakan gaya font tertentu. Tulisan disusun untuk menyampaikan gagasan secara estetik dan literal (pada hakekatnya, misalnya masjid = tempat ibadah umat Islam). Huruf besar biasanya merupakan elemen dominan dalam gaya desain ini, dan biasanya berbentuk headline.

#### 9) Covy Heavy Layout

Susunan tata letak didominasi oleh penyajian teks, atau dengan kata lain tata letak ini memprioritaskan copywriting (teks iklan).

Dalam penelitian yang penulis rancang akan menggunakan jenis layout *picture window layout* yang dipadukan dengan *Technical Design (white space)*. *Technical Design (white space)* menawarkan pilihan kolom yang kecil dan tidak memiliki jumlah teks yang berlebihan. Selain itu, *Technical Design* memiliki ruang kosong yang cukup untuk mengarahkan pembaca agar terfokus pada teks dan gambar di dalamnya. Sehingga jika dipadukan akan menghasilkan desain yang elegan.

### 2.3.6 Tipografi

Tipografi secara umum adalah keterampilan memilih dan menyusun huruf dengan menyebarkannya pada ruang-ruang yang

tersedia, untuk menghasilkan kesan unik dan membuat pembaca merasa nyaman mungkin saat membaca [19].

a. Sans Serif

Awal abad ke-20 merupakan titik awal populernya sans serif, dimana pada awal abad tersebut para desainer sedang mencari cara baru untuk mengomunikasikan penolakan terhadap nilai-nilai lama, terutama pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu. Helvetica, Univers, Akzidenz-Grotesk, Futura, Kabel, Eurostile, Gill Sans, Frutiger, dan Optima adalah beberapa contoh jenis huruf ini.

b. Slab Serif

Penggunaan jenis pertunjukan untuk menarik perhatian pembaca pada iklan di poster dan selebaran sudah ada sejak abad ke-19, ketika kelompok gaya lempengan serif pertama kali muncul. Slab Serif juga dikenal sebagai Egyptian karena bentuknya yang besar dan horizontal, yang mirip dengan seni dan arsitektur Mesir kuno [20].

c. Script & Cursive

Bentuk dalam Script dan Cursive dimaksudkan agar terlihat seperti tulisan tangan. Script dan Cursive memiliki perbedaan pada letak huruf-huruf kecilnya. Script huruf-huruf kecilnya saling menyambung sedangkan Cursive tidak. Ciri khas jenis huruf ini adalah tidak adanya kaki, sirip, dan serif, yang seringkali diganti dengan ornamen yang ditempelkan pada terminal atau ujung huruf. Skrip Kuas, Skrip Kunstler, Skrip Shelley, Skrip Lino, Skrip Kaufmann, Skrip Bickham, Skrip Snell Roundhand, Kaligrafi Lucida, Pepita, Giddyup, Pelican, dan Ex Ponto adalah beberapa contoh jenis huruf ini.

Penulis akan menggunakan tipografi skript dan sans serif untuk tulisannya. Karena makna yang disampaikan oleh jenis



huruf ini adalah elegan, ramah, atraktif, kreatif, universal, rapi, modern, dan stabil.

### **2.3.7 Warna**

Pada saat mendesain katalog digital, warna merupakan komponen yang sangat penting untuk memberikan kesan yang lebih menarik kepada pembaca [21].

#### **a. Warna netral**

Warna-warna yang netral tidak lagi memiliki warna murni, atau dengan kata lain bukan primer maupun sekunder. Meskipun tidak persis dalam proporsi yang sama, warna ini merupakan kombinasi dari ketiga pewarna sekaligus.

#### **b. Warna kontras**

Warna yang kontras mengesankan berlawanan satu sama lain. Warna primer dan sekunder yang berseberangan dan bersilangan di tengah segitiga dapat digunakan untuk menciptakan kontras. Nilai atau kemurnian warna juga dapat diubah untuk menciptakan kontras warna. Merah dengan hijau, kuning dengan ungu, serta biru dengan oranye adalah warna yang berlawanan / kontras.

#### **c. Warna panas**

Pada roda warna, warna-warna panas adalah kumpulan rona yang berkisar dari merah hingga kuning. Arti dari warna ini termasuk kebahagiaan, kegembiraan, kemarahan, dan banyak lagi. Warna panas dapat memberikan kesan jarak yang dekat.

#### **d. Warna dingin**

Warna dingin adalah warna yang biasanya ada dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna, mulai dari hijau hingga ungu. Warna ini melambangkan kenyamanan, kesejukan, kelembutan, dan atribut lainnya. Warna dingin dapat memberikan kesan jarak yang jauh.

Warna yang akan di gunakan dalam perancangan ini yaitu warna dingin. Warna dingin dinilai dapat memberikan kesan membangkitkan kedamaian, relaksasi, dan tertutup. Warna dingin identik dengan warna air, malam, dan alam. Warna dingin meliputi ungu, biru, dan hijau. Warna dingin akan digunakan dalam desain katalog digital ini karena cocok dengan konsep natural.

### **2.3.8 Media Promosi**

Kamus Istilah Periklanan Indonesia mendefinisikan media promosi sebagai cara mengalokasikan waktu dan ruang untuk penempatan iklan di media cetak dan elektronik. Dalam hal pemasaran dan periklanan, media memainkan peran penting dan strategis. Sebuah pesan dapat diwujudkan dan dikomunikasikan melalui media sehingga dapat ditangkap melalui panca indera mereka.

Untuk menyampaikan maksud dan tujuan promosi secara efektif, diperlukan media yang efektif dan efisien. Dalam media periklanan, penyampaian pesan ini dibedakan menjadi dua, yaitu:

#### **a. Instagram**

Salah satu bentuk media sosial yang saat ini tersebar luas di seluruh dunia adalah Instagram. Menurut buku Jack Ma Pikiran, Tindakan, Pesan-Pesan Bisnis yang Mendunia karya T.S. Arunda frasa Instagram berasal dari kata “Insta” dan “Gram”. Kata "insta" adalah kependekan dari instant, yang juga berarti cepat dan sederhana. Gram, sementara itu, berasal dari telegram, yang dikenal sebagai sarana penyampaian informasi yang cepat [22]. Terdapat beberapa bagian dalam instagram yang sering digunakan untuk media promosi yaitu:

##### **1) Feed Instagram**

Feed Instagram adalah platform untuk berbagi gambar dan video, berinteraksi dengan orang lain, dan menjelajah banyak hal. Feed Instagram dapat digunakan

untuk menceritakan sebuah merek, promosi merek, dan menginspirasi orang lain untuk terlibat dengan merek.

## 2) Instagram Stories

Dengan menggunakan Instagram Stories, dapat berbagi konten dengan cepat kepada orang lain. Instagram Stories hanya dapat dilihat selama 24 jam. Salah satu elemen yang berkontribusi terhadap popularitas Instagram yang semakin meningkat adalah Instagram Stories. Sebenarnya, fungsi ini menarik lebih banyak pengguna daripada konten feed Instagram.

## 3) Reels

Penambahan terbaru Instagram, yang disebut Instagram Reels, diperkenalkan tepatnya pada Juni 2021. Dengan menggunakan opsi musik, filter, dan alat artistik lainnya, video berdurasi 15 detik dapat dibuat menggunakan fungsi Instagram Reels. Karena Instagram Reels memiliki potensi untuk dilihat oleh berbagai khalayak sehingga sangat ideal untuk memasarkan tempat wisata, maka peneliti memilihnya sebagai media pendukung.

## b. Leaflet

Media yang dikenal sebagai leaflet adalah lembaran cetakan tekstual yang dilipat tetapi tidak dijahit menjadi satu. Leaflet dibuat secara profesional, diilustrasikan, dan menggunakan bahasa yang jelas, singkat, dan mudah dipahami agar tampak menarik [23]. Leaflet adalah selebaran kertas dengan bahasa yang singkat, jelas, mudah dipahami dan ilustrasi yang lugas. Infografis mini tentang pariwisata di Kabupaten Wonosobo akan disertakan dalam brosur ini untuk sekaligus memberikan sedikit informasi kepada masyarakat umum.

Istilah "infografis" berasal dari kata "grafik informasi", yang dapat didefinisikan sebagai jenis visualisasi data yang menyampaikan informasi kompleks kepada pembaca dengan cara yang lebih mudah dipahami. Penggunaan infografis dalam inisiatif pemasaran digital merupakan cara yang efektif [24].

c. Poster

Secara umum, poster adalah media komunikasi yang mencakup teks, grafik, atau kombinasi keduanya untuk menyampaikan informasi. Sementara itu, Nana Sudjana dan Ahmad Rivai mendefinisikan poster sebagai perpaduan visual dari desain yang konsisten dengan warna dan teks yang beragam. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian seseorang agar dia dapat mengingatnya nanti [25]. Dalam hal ini poster digunakan sebagai media pendukung yang berisi tentang penjelasan singkat Kawasan Wisata Lima Dieng Baru dengan sebagian karya fotografi. Poster akan di publikasi secara cetak dan digital yang dibagikan melalui sosial media.