

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pembahasan dalam bab ini berfokus pada referensi dan teori yang digunakan penulis sebagai acuan dalam perancangan Infografis Panduan Wisata Religi Masjid Saka Tunggal Cikakak Kabupaten Banyumas.

2.1 Referensi Perancangan

2.1.1 Jurnal dengan judul “Infografis dalam Perancangan Media Pengenalan dan Promosi Kirab Pusaka Malam 1 Suro Keraton Kasunanan Surakarta”

Penelitian yang berjudul “Infografis dalam Perancangan Media Pengenalan dan Promosi Kirab Pusaka Malam 1 Suro Keraton Kasunanan Surakarta” disusun oleh Arbiatun tahun 2019 [12]. Penyusun dalam penelitian tersebut merancang strategi kreatif infografis yang efektif kepada generasi muda dengan subjek materi adalah perancangan komunikasi visual melalui pendekatan infografis melalui Teknik *digital painting* dikemas dalam bentuk *booklet* berisi sejarah, proses pelaksanaan, alat yang digunakan, maksud dan tujuan dari kirab. Metode yang digunakan dengan urutan pengumpulan data, identifikasi, analisis data *5W + 1H*, menentukan strategi perancangan, dan tahap realisasi karya. Melalui perancangan tersebut diharapkan mampu menjadi media alternatif untuk memperkenalkan *event* budaya sesuai dengan target *audience*. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada topik kajian yang sama, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah analisis data, dimana penulis tidak menggunakan analisis data *5W + 1H* melainkan menggunakan analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)*.

2.1.2 Jurnal dengan judul “Perancangan Infografis Kota Padangpanjang Sebagai Strategi Kreatif Promosi Wisata”

Penelitian yang berjudul “Perancangan Infografis Kota Padangpanjang Sebagai Strategi Kreatif Promosi Wisata” disusun oleh

Muhammad Ghifari tahun 2018 [13]. Fokus dalam penelitian tersebut adalah untuk merancang infografis Kota Padangpanjang sebagai strategi promosi wisata. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data berupa observasi dan wawancara, studi pustaka, studi dokumentasi, analisis *SWOT*. Dengan tahapan *pra* perancangan berupa proses pengumpulan data, *brainstorming*, menentukan target *audience* berdasarkan aspek demografis, geografis dan psikografis. Tahapan perancangan berupa visualisasi sketsa dan karya digital. Dan tahapan pasca perancangan berupa pengaplikasian karya dalam beberapa media berupa *information sign, facebook, website, Instagram, flyer, dan booklet*. Dengan adanya perancangan tersebut sehingga target *audience* dapat dengan mudah memperoleh informasi yang kompleks serta dapat meningkatkan rasa keingintahuan dan rasa ingin berkunjung ke objek wisata yang ada di Kota Padangpanjang. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada analisis data yang digunakan berupa analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threats)*. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya.

2.1.3 Jurnal dengan judul “Perancangan Infografis Sebagai Media Informasi Desa Wisata Wonolopo Semarang”

Penelitian yang berjudul “Perancangan Infografis Sebagai Media Informasi Desa Wisata Wonolopo Semarang” disusun oleh Fitri Indah Susanti, Supatmo, dan Rahina Nugrahani tahun 2018 [14]. Penelitian tersebut membahas proses perancangan infografis Desa Wisata, dengan tahapan pengumpulan data dan riset, analisis kebutuhan, penentuan konsep, *pra* produksi, produksi, serta tahap *pasca* produksi. Infografis yang dirancang berupa infografis geografis, infografis eksposisi, peta wisata, serta brosur. Dengan adanya perancangan tersebut diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi wisatawan sehingga mempermudah dan memperlancar kegiatan berwisata. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada topik kajian yaitu infografis, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah media dan analisis data dimana penulis menggunakan analisis *SWOT (Strength, Weakness, Opportunity,*

Threats).

2.1.4 Jurnal dengan judul “Perancangan Infografis Digital Wisata Bukittinggi”

Penelitian yang berjudul “Perancangan Infografis Digital Wisata Bukittinggi” disusun oleh Hanif Alhadi tahun 2019 [15]. Dalam penelitian tersebut, penyusun merancang infografis tempat wisata serta lokasi wisata yang mudah diakses serta mudah dipahami. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan observasi dan wawancara untuk memperoleh data, dilanjutkan dengan metode analisis *SWOT* dan analisis *5W + 1H*. Serta tahapan perancangan. Media yang digunakan adalah aplikasi android yang diakses melalui *smartphone*, poster, brosur, stiker, kaos, diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Wisata Bukit Tinggi secara efektif. Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada topik kajian yang sama, sedangkan perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis adalah media dan analisis data dimana penulis tidak menggunakan analisis data *5W + 1H* melainkan menggunakan analisis *SWOT* (*Strength, Weakness, Opportunity, Threats*).

2.2 Studi Visual

2.2.1 Desain Infografis pada “Infografis dalam Perancangan Media Pengenalan dan Promosi Kirab Pusaka Malam 1 Suro Keraton Kasunanan Surakarta”

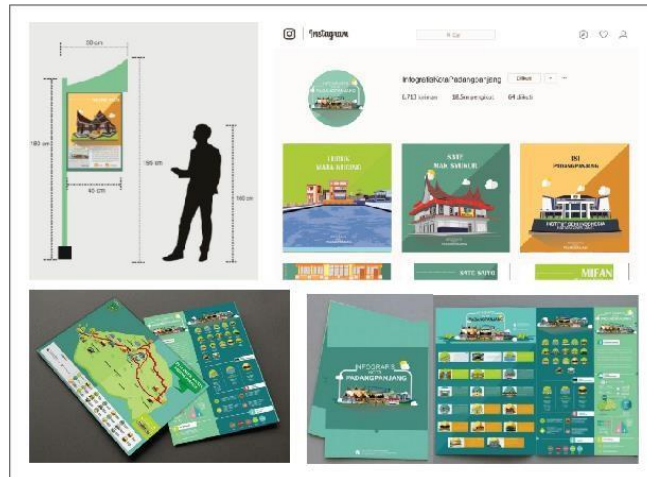


Gambar 2. 1 Visualisasi Infografis Kirab Pusaka Malam 1 Suro

Sumber : Arbiatun, 2019

Perancangan ini dirancang oleh Arbiatun tahun 2019, Dalam perancangan infografis ini membahas secara keseluruhan konten kirab seperti sejarah, proses tahapan serta makna simbol yang terdapat dalam kegiatan tersebut. Jenis infografis yang digunakan adalah infografis statis. Media yang digunakan dalam perancangan infografis ini adalah *booklet* ukuran 15 x 20 cm dengan *layout* yang berbeda dalam setiap halaman dikarenakan setiap halaman memiliki informasi yang berbeda. *Booklet* berperan sebagai media publikasi yang dapat menampung informasi yang kompleks dalam beberapa halaman yang tidak setebal buku [12]. Beberapa hal yang menjadi referensi penulis adalah jenis infografis statis yang digunakan karena dapat diaplikasikan dalam berbagai media, media utama yang digunakan adalah *booklet* dikarenakan *booklet* dapat menampung banyak informasi dengan ukuran yang tidak terlalu besar sehingga mudah untuk dibawa. Selain itu *layout* yang berbeda sesuai halaman juga menjadi referensi karena dalam objek yang penulis gunakan memiliki informasi yang kompleks sehingga dengan *layout* yang beragam membuat *audience* tidak bosan saat membaca.

2.2.2 Desain Infografis pada “Perancangan Infografis Kota Padangpanjang Sebagai Strategi Kreatif Promosi Wisata”



Gambar 2. 2 Visualisasi Infografis Kota Padangpanjang

Sumber : Muhammad Ghifari, 2018

Perancangan ini dirancang oleh Muhammad Ghifari tahun 2018. Dalam perancangan infografis ini berisi informasi terkait berbagai wisata yang ada di Kota Padangpanjang. Gaya ilustrasi yang digunakan adalah *flat design* dengan warna yang menyesuaikan objek aslinya yang selanjutnya dipadukan dengan warna turunannya [13]. Penulis mengambil referensi dalam infografis ini berupa gaya desain *flat design* yang terkesan lebih sederhana, bersih dan minimalis sehingga lebih menarik dan mudah dipahami *audience*. Desain yang bersih dengan memperhatikan *white space* dan tidak terlalu ramai. Serta referensi warna yang berasal dari warna asli suatu objek sehingga nyaman untuk dilihat.

2.2.3 Desain Infografis “Perancangan Infografis Digital Wisata Bukittinggi”



Gambar 2. 3 Visualisasi Infografis Wisata Bukittinggi

Sumber : Hanif Alhadi, 2019

Perancangan ini dirancang oleh Hanif Alhadi tahun 2019. Tampilan visual yang digunakan memiliki bentuk yang simpel sehingga mudah dimengerti oleh *audience*. Warna yang digunakan adalah warna-warna alam seperti hijau dan biru [15]. Referensi yang penulis ambil dalam perancangan infografis ini adalah penggunaan ilustrasi yang sederhana dengan gaya *flat design* yang *universal* dan mudah dipahami serta penggunaan warna-warna alam seperti hijau dan biru yang terkesan natural.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan suatu kegiatan komunikasi yang menggunakan unsur dasar bahasa visual sebagai kekuatan utama dalam menyampaikan informasi. Unsur dasar tersebut adalah segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat digunakan untuk menyampaikan arti, makna, pesan dan medianya, sedangkan dalam bidang studi Desain Komunikasi

Visual yaitu keilmuan terapan terintegrasi yang mengkaji tentang konsep komunikasi dengan ungkapan kreatifnya beserta Teknik medianya, dalam menyampaikan pesan dan gagasan secara visual [16]. Sehingga pesan yang disampaikan melalui bahasa visual dapat diterima *audience* dan berfungsi sesuai dengan tujuan pesan yang ingin disampaikan.

Desain Komunikasi Visual mempelajari konsep komunikasi, ungkapan daya kreatif, perencanaan dan perancangan berbagai bentuk informasi komunikasi visual, selain itu dapat juga dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah [17]. Menurut Supriyono dalam Vania Septiani menjelaskan bahwa Desain Komunikasi Visual memiliki fungsi sebagai penyampai informasi atau pesan kepada target audience, pembaca, pengguna, anggota, komunitas, pengunjung, partisipan, pemain, pelanggan, maupun *client* dengan bahasa visual [18]. Sehingga Desain Komunikasi Visual merupakan sarana pemecah masalah dengan menyampaikan informasi atau pesan secara visual menjadi sebuah karya yang diaplikasikan dalam beberapa media yang ditujukan kepada target audience yang bertujuan untuk menginformasikan, mengajak, hingga mempengaruhi untuk merubah perilaku sesuai pesan yang disampaikan.

2.3.2 Infografis

Menurut Inigopatria dalam Arbiatun Infografis berasal dari kata informasi yang digabung dengan kata grafis, maknanya adalah representasi grafis dari suatu informasi [19]. Infografis bertujuan untuk memberikan informasi dari suatu fenomena tertentu, infografis dapat dijadikan sarana penyampaian informasi yang rumit dan kompleks menjadi bentuk grafis atau gambar yang singkat dan jelas, sehingga mudah dipahami oleh *audience*. Infografis dapat disebut sebagai ilustrasi informasi yang menerapkan unsur kreatif, estetika, kecocokan isi dengan ilustrasi, serta keefektifan waktu yang dibutuhkan dalam menyampaikan informasi [20]. Infografis menampilkan informasi berupa gambar dan teks sehingga infografis dapat memberikan pemahaman yang baik kepada *audience* karena lebih menarik, tidak membuat bosan, mudah diingat dan dipahami

dibandingkan hanya dengan membaca teks.

Menurut Dunlap dan Lowenthal dalam Deyan, dkk menyatakan bahwa kekuatan infografis terletak pada cara penyampaian konten maksimum dalam jumlah ruang yang paling sedikit namun tetap tepat dan jelas, karena infografis merupakan presentasi visual [20]. Infografis memiliki beberapa jenis yang bisa digunakan sesuai tujuan yang berbeda-beda. Menurut Lankow dalam Lailatul Fauza, format infografis dapat dikelompokkan menjadi 3 jenis yaitu infografis statis, infografis bergerak, dan infografis interaktif [21]. dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Infografis Statis

Infografis Statis merupakan infografis yang disajikan dalam bentuk gambar tidak bergerak serta dapat diaplikasikan pada media yang sangat beragam berupa media cetak, *web*, *blog*, peta, majalah maupun media sosial. Infografis Statis lebih sederhana karena menggunakan karya 2 dimensi, dengan pembuatan yang relatif cepat dan murah.

b. Infografis Bergerak

Infografis Bergerak berupa *motion* atau pergerakan video animasi 2 dimensi maupun 3 dimensi, menggunakan tambahan audio atau musik sebagai pendukung.

c. Infografis Interaktif

Infografis Interaktif memiliki persamaan dengan infografis bergerak, namun dalam pengaplikasiannya ditampilkan pada *website* yang memungkinkan adanya interaksi oleh *user*.

2.3.3 Narasi Visual

Narasi merupakan suatu cerita yang menyajikan serangkaian peristiwa kejadian. Narasi Visual merupakan sebuah penyampaian cerita yang dilakukan melalui media dengan representasi gambar visual atau grafis, baik secara bergerak maupun diam. Narasi Visual dapat diaplikasikan dalam media apapun yang berfungsi membantu pengamat dalam memvisualisasikan cerita [22]. Narasi visual memiliki suatu cerita yang

akan disampaikan melalui elemen visual untuk mengkomunikasikan cerita tersebut. Sehingga narasi visual tidak lepas dari ilustrasi yang diimplementasi dalam sebuah cerita.

Narasi visual telah ada sejak zaman prasejarah, dapat diketahui dari lukisan-lukisan yang ditemukan di dinding gua prasejarah yang menggambarkan sejarah dan kejadian yang dialami manusia pada saat itu. Lukisan di dinding gua termasuk narasi visual hal tersebut berarti manusia dapat menyampaikan pesan yang begitu luas menjadi narasi visual [23]. Berdasarkan hasil penelitian Rachel dalam Deyan, dkk membuktikan bahwa otak manusia mampu memproses gambar 60.000 kali lebih cepat dari pada teks. Hal ini karena dari 100% informasi yang dilihat manusia, 90% gambar akan ditransmisikan langsung ke otak [20]. Hal ini membuat narasi visual lebih efektif untuk menyampaikan suatu informasi untuk mudah dipahami dan mudah diingat oleh *audience*.

Menurut Caputo dalam Anggi Almira Rahma terdapat 2 jenis narasi visual yaitu narasi visual statis dan narasi visual aktif [24]. dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Narasi Visual Statis

Merupakan narasi visual yang berupa teks atau mengandung gambar diam dan tidak bergerak didalamnya

b. Narasi Visual Aktif

Merupakan narasi visual yang memiliki sifat yang berlawanan dengan narasi visual statis yaitu berupa teks dengan gambar yang bergerak didalamnya.

Narasi visual memiliki komponen didalamnya yaitu kejelasan (*clarity*), realisme (*realism*), dinamisme (*dynamism*), dan keberlanjutan (*continuity*).

Yang dijelaskan oleh Caputo dalam Anggi Almira Rahma yaitu :

a. Kejelasan (*Clarity*)

Berupa kejelasan terkait cerita dan kejelasan terkait objek.

b. Realisme (*Realism*)

Mengarah pada persepsi audience terhadap cerita yang disampaikan

merupakan sesuatu yang nyata dan dapat diterima.

c. *Dinamisme (Dynamism)*

Menekankan pada ekspresi visual untuk membangkitkan emosi audience.

d. *Keberlanjutan (Continuity)*

Merupakan konsistensi dari setiap aspek narasi visual.

2.3.4 Flat Design

Flat Design adalah gaya desain dengan pendekatan minimalis yang menekankan kegunaan berupa desain yang bersih dengan memperhatikan *white space*, tidak terlalu ramai dengan elemen bentuk dan dapat dipahami semua orang. *Flat Design* dapat dengan mudah dipahami karena dengan gambar sederhana penyampaian pesan akan lebih cepat daripada ilustrasi yang detail. Gambar seperti icon dapat menunjukkan tindakan yang *universal* sehingga semua orang dapat dengan mudah memahaminya. Secara garis besar terdapat 4 elemen dalam *Flat Design* yaitu ilustrasi, tipografi, tata letak dan warna [25]. dengan penjelasan sebagai berikut :

a. Ilustrasi

Kata ilustrasi berasal dari Bahasa Inggris yaitu *illustration* yang berarti gambar atau lukisan. Ilustrasi merupakan elemen penting sebagai daya tarik dalam suatu karya desain. Ilustrasi dapat mengungkapkan sesuatu lebih cepat dan efektif dibandingkan dengan menggunakan teks. Sehingga ilustrasi bertujuan untuk menjelaskan sebuah teks melalui bahasa visual yang menjadi daya tarik bagi *audience*. Dengan adanya ilustrasi akan membantu pembaca untuk berimajinasi sehingga diharapkan pembaca merasa seolah sedang tidak membaca buku. Ilustrasi dapat berupa seni sketsa, grafis, lukis, karikatur dan yang lainnya.

b. Tipografi

Tipografi merupakan seni menyusun serta merangkai huruf dalam komposisi yang tepat sehingga dapat dibaca dan masih memiliki nilai desain. Tipografi digunakan sebagai metode penerjemah kata-kata

(lisan) menjadi bentuk tulisan (visual).

c. Tata Letak

Tata letak (*layout*) adalah suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi dalam jangka panjang. Dalam tata letak selain menata material (*content*) suatu halaman media juga menata ruang yang berbeda sifat dan jenis dalam setiap media. Terdapat beberapa prinsip tata letak yaitu proporsi, keseimbangan, kontras atau penekanan, irama, dan kesatuan.

d. Warna

Warna merupakan bentuk rangsangan visual yang memiliki efek mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang. Warna dalam desain digunakan sebagai identitas, pengarah untuk mendapatkan informasi, mewakili suatu perasaan tertentu, menyampaikan makna tersirat, serta menjadi daya tarik.