

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Utama

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dari teori utama adalah sebagai pedoman teori-teori yang berkaitan dengan keilmuan Desain Komunikasi Visual

2.1.1. Kampanye

Kampanye dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti berupa gerakan atau tindakan serentak. Kegiatan kampanye adalah aktivitas yang terorganisir dan mengandung suatu proses komunikasi untuk mempengaruhi, membujuk, memotivasi, menciptakan dampak bagi masyarakat serta bertujuan jelas dalam kurun waktu yang telah ditentukan. (Venus,2004). Kampanye pada dasarnya adalah penyampaian pesan-pesan dari pengirim kepada khalayak melalui simbol, baik berupa verbal maupun visual yang bertujuan agar dapat memancing respon dari khalayak yang dituju.

2.1.2. Ciri dan Sifat Kampanye

Menurut Antar Venus setidaknya kampanye komunikasi memiliki empat hal dalam aktivitas yang dilakukannya, empat hal ciri dan sifat dari kampanye tersebut yaitu :

- a. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak tertentu.
- b. Menarik Jumlah khalayak sasaran yang besar.
- c. Dilakukan dalam kurun waktu tertentu.
- d. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisir.

2.1.3. Jenis Jenis Kampanye

Jenis-jenis kampanye pada prinsipnya adalah sebuah tindakan yang melatar belakangi kampanye tersebut diselenggarakan, dengan menentukan arah dan tujuan kampanye itu akan dibawa. Menurut Venus (2004), berdasarkan tujuannya kampanye dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis, yaitu:

- a. Kampanye Sosial : Adalah suatu kegiatan berkampanye yang mengkomunikasikan pesan-pesan yang berisi tentang masalah sosial kemasyarakatan, dan bersifat non komersil. Tujuan dari kampanye sosial adalah untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gejala-gejala sosial yang sedang terjadi.
- b. Kampanye bisik : Yaitu kampanye yang dilakukan melalui gerakan untuk melawan atau mengadakan aksi secara serentak dengan menyiarkan kabar angin.
- c. Kampanye Promosi : Adalah kegiatan kampanye yang dilaksanakan dalam rangka promosi untuk meningkatkan atau mempertahankan penjualan dan sebagainya.
- d. Kampanye Politik : Yaitu kampanye yang menyampaikan pesan-pesan kepada masyarakat agar masyarakat memperoleh informasi tentang apa dan bagaimana suatu partai, program maupun visinya. Dengan demikian masyarakat dapat memahami maksud dan tujuan dari partai tersebut untuk menentukan dipilih atau tidak.

2.1.4. Fungsi Kampanye

Fungsi dari sebuah kampanye adalah menyampaikan suatu pesan yang berisikan suatu ajakan untuk mempengaruhi masyarakat agar dapat mengerti tujuan dari pesan yang ingin dikomunikasikan. Dikarenakan segala tindakan persuasi yakni mendorong dan mengajak dan mendorong masyarakat untuk melakukan atau menerima sesuatu yang disampaikan secara sukarela.

2.1.5. Persuasi Dalam Kegiatan Kampanye

Persuasi dalam kegiatan kampanye yang dimaksud penulis adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi kepercayaan, sikap dan perilaku seseorang. Sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.

2.1.5.1. Aspek Persuasi Dalam Kegiatan Kampanye

Sekurang-kurangnya menurut Rakhmat (2004: 29) ada empat aspek dalam kegiatan kampanye persuasive, yaitu adalah:

- a. Kampanye secara sistematis berupaya menciptakan “tempat” dalam pemikiran khalayak mengenai suatu produk, kandidat, atau gagasan yang disampaikan.
- b. Kampanye berlangsung dalam berbagai tahapan mulai dari menarik perhatian khalayak hingga mengajak mereka melakukan tindakan nyata.
- c. Kampanye mendramatisasi gagasan yang disampaikan, agar khalayak mau terlibat guna mencapai tujuan dari kampanye tersebut.
- d. Kampanye secara menggunakan kekuatan media massa dalam upaya menggugah kesadaran hingga perilaku dari khalayak kampanye.

2.2. Desain Komunikasi Visual

Menurut Suyanto Desain Komunikasi Visual diartikan sebagai sebuah seni serta proses komunikasi yang digunakan dalam sebuah bisnis. Dalam hal ini dapat meliputi banyak hal dari mulai periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk suatu organisasi, perusahaan dan produk, serta informasi visual yang melengkapi sebuah pesan komunikasi.

2.2.1. Unsur Desain

Dalam pembuatan sebuah desain ada beberapa unsur yang harus diperhatikan untuk menunjang sempurnanya sebuah desain. Menurut Suyanto unsur desain tersebut meliputi :

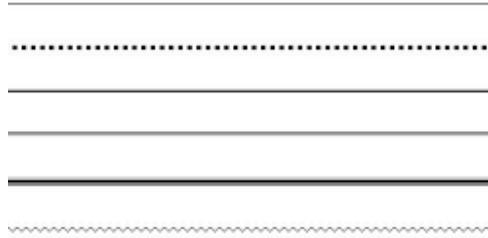
- a. Titik : Titik adalah salah satu unsur desain yang terkecil. Titik biasanya ditampilkan berkelompok dengan variasi jumlah tertentu.



Gambar 2.1 Contoh Titik

Sumber : Internet

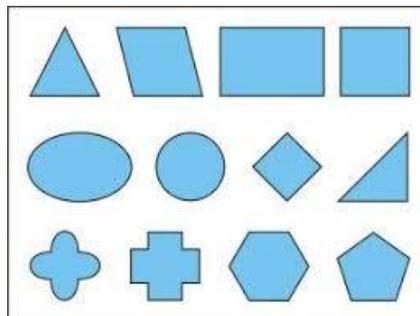
- b. Garis: Garis merupakan suatu unsur desain yang menggabungkan suatu titik dengan titik lainnya, garis tidak memiliki kedalaman tetapi memiliki ketebalan dan panjang.



Gambar 2.2 Contoh Garis

Sumber : Internet

- c. Bidang : Bidang merupakan suatu bentuk yang memiliki tinggi dan lebar juga memiliki bentuk-bentuk geometris ataupun bentuk yang tidak beraturan.



Gambar 2.3 Contoh Bidang

Sumber : Internet

- d. Tekstur : Tekstur merupakan nilai halus kasarnya suatu bidang, dan merupakan suatu nilai raba. Tekstur biasanya digunakan untuk mengatur keseimbangan dan kontras.



Gambar 2.4 Contoh Tekstur

Sumber : Internet

- e. Ruang : Jarak suatu bidang dengan bidang yang lainnya, yang nantinya dapat memberikan unsur estetika kedalam desain.



Gambar 2.5 Contoh Ruang

Sumber : Dokumentasi Pribadi

- f. Warna :Warna memiliki nilai utama dalam menarik perhatian, yang dapat memberikan citra, nilai, keterbacaan dan penyampain pesan dalam desain tersebut. Warna juga memiliki karakteristik dan makna di dalamnya.



Gambar 2.6 Contoh Warna

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2.2.2. Prinsip-Prinsip Desain

Prinsip dalam sebuah desain yaitu seperti sebuah panduan yang dapat membantu dalam pembuatan sebuah desain, sehingga desain yang dihasilkan nantinya dapat diterima oleh khlayak yang dituju. Prinsip desain dapat pula digunakan untuk membantu dalam penggunaan elemen-elemen dalam desain. Menurut Bo Bergstrom prinsip-prinsip desain tersebut meliputi :

- a. *Balance* (Keseimbangan) : Keseimbangan merupakan susunan elemen untuk meratakan bidang media, dimana didalamnya terdapat 2 yaitu simetris dan asimetris.
- b. *Rhythm* (Irama) : Irama merupakan sebuah pola yang dibuat dari unsur yang berbeda beda secara berulang-ulang.
- c. *Contrast* (Kontras) : Penyampain pesan dengan memperhatikan seperti warna,ukuran, posisi dan bentuk.
- d. *Alignment* (Penjajaran) :pengaturan elemen-elemen dalam layout desain dalam membangun tampilan estetis dan efektif dalam penyampaian pesan.

2.2.3. Tipografi

Menurut Roy Brewer Tipografi merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi bisa juga dikatakan sebagai “*visual language*” atau dapat berarti “Bahasa yang dapat dilihat”.

- a. Huruf Serif merupakan Jenis huruf yang memiliki garis-garis kecil yang disebut *counterstro* pada ujung-ujung badan huruf. Huruf serif dikenal dengan huruf berkait karena kaitnya tersebut dapat menuntun pandangan pembaca membaca baris teks yang sedang dibacanya, Contoh : *Times New Roman, Garamond, Book Antiqua, Bitstream Vera Serif, Palatino Lino type, Bookman Oldstyle* dan lain-lain
- b. Huruf Sans Serif tidak memiliki garis-garis kecil yang disebut counterstrok. Huruf ini berkarakter streamline, fungsional, modern dan kontemporer. Contoh : *Arial, Future, Avant Garde, Bitsream Vera Sans, Century Gothic* dan lain sebagainya.

Selain itu pengaruh perkembangan teknologi digital yang sangat pesat pada masa kini membuat makna tipografi semakin meluas. Tipografi dimaknai sebagai “sega; a disiplin yang berkenaan dengan huruf” (Ratusan dalam Sriwitari & Gusti Nyoman, 2014 : 71).

2.2.4. Ilustrasi

Ilustrasi adalah hasil visualisasi dari suatu tulisan dengan teknik drawing, lukisan, fotografi, atau teknik seni rupa lainnya yang lebih menekankan hubungan subjek dengan tulisan yang dimaksud.

Tujuan ilustrasi adalah untuk menerangkan atau menghiasi suatu cerita, tulisan, puisi, atau informasi tertulis lainnya, Diharapkan dengan bantuan visual, tulisan tersebut akan lebih mudah dicerna. (Supriyono Rakhmat, 2010)

2.3. Media

Menurut Cangara media merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan, media merupakan hal yang mendominasi dalam berkomunikasi melalui panca indra manusia. Pesan yang diterima oleh panca indra lalu akan diproses oleh pikiran untuk menentukan sikap dan dinyatakan melalui tindakan.

Dalam pemilihan media untuk dapat menyentuh setiap aspek masyarakat perlu diperhatikan aspek-aspek sebagai berikut :

- a. Dapat menjangkau setiap lapisan masyarakat yang menjadi target yang telah di tetapkan.
- b. Mengatur seberapa seringnya pesan muncul dihadapan target.
- c. Kuatnya komunikasi dan efek yang bisa diterima oleh target dari pesan yang disampaikan.
- d. Melihat kesempatan yang dapat menjadi sukses dalam menyampaikan pesan.

2.3.1. Jenis Media

Dalam penyampaian informasi media memiliki jenisnya tersendiri dalam bentuk yang berbeda yang berupa:

- a. *Media cetak* : merupakan berbagai macam barang yang dicetak dan bisa dipakai sebagai sarana untuk menyampaikan suatu pesan informasi, seperti: surat kabar/koran, brosur, buletin, dan lain sebagainya.
- b. *Media audio* : merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra pendengaran, contohnya: radio.
- c. *Media visual* : merupakan suatu bentuk media komunikasi yang penerimaan pesan informasinya hanya dapat tersampaikan melalui indra penglihatan, contohnya: foto
- d. *Media audio visual* : merupakan suatu bentuk media komunikasi yang dapat dilihat sekaligus didengar, jadi untuk mengakses pesan informasi yang disampaikan memakai indra penglihatan dan juga indra pendengaran, contohnya: televisi, video

2.4. Teori Pendukung

Teori pendukung yang dimaksud dalam penelitian ini adalah, teori dari keilmuan diluar Desain Komunikasi Visual, yang peneliti gunakan. Sebagai salah satu pedoman dalam penelitian ini.

2.4.1. Dongeng

Menurut Dudung (2015), dongeng adalah bentuk sastra lama yang bercerita tentang kejadian luar biasa yang penuh khayalan (fiksi) dan tidak benar-benar terjadi. Yang bertujuan untuk menghibur dan mengandung nilai-nilai budi pekerti didalamnya. Pemberian dongeng yang tepat dan teratur juga dapat merangsang kemampuan anak untuk menceritakan kembali apa yang ia pahami dari cerita atau dogeng yang ia dengar. Pemberian dongeng yang tepat dimana proses mendongeng dilakukan dalam situasi tenang, dalam suasana yang hangat dan penuh kasih sayang, serta dilakukan dengan enuh penghayatan dan ekspresi, akan merangsang anak untuk mamapu mengungkapkan apa yang dipahami dari dongeng yang didengar, sehingga pada akhirnya anak akan mampu mengungkapkan isi hati dan pikiran yang ia miliki secara konkret.

2.4.2. Aktivitas Mendongeng

Proses kegiatan dalam mendongeng yang diikuti dengan terjadinya perubahan tingkah laku, sebagai hasil interaksi antar komunikator & komunikan.

2.4.2.1. Penyajian Cerita dalam Mendongeng

Para orang tua khususnya, menginginkan untuk dapat melakukan aktivitas mendongeng dengan baik dan juga tepat. Tentu hal itu dapat diwujudkan dengan memperhatikan beberapa hal, salah satunya dalam pemilihan cerita. Kita bisa memilih cerita dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mengandung unsur-unsur islami dan pendidikan.
- b. Mengandung nasehat-nasehat dan contoh suri tauladan dan akhlaq yang mulia.
- c. Cerita tersebut tidak merusak perkembangan kepribadian anak.

- d. Berikan suasana yang menarik ketika menyampaikan cerita (gembira, sedih atau marah dan sebagainya).
- e. Pikirlah bahan-bahan cerita seperti kisah-kisah suri tauladan, atau dari cerpen dan novel yang membangun kepribadian anak.

Selain memilih cerita, orang tua juga harus memahami kandungan yang ada di dalamnya. Mubarak (2008), yang perlu diperhatikan dalam mengetahui isi cerita, seorang penuntun perlu untuk mempersiapkan sebuah cerita agar dirinya paham akan isi cerita tersebut. Dan yang perlu dipahami pada persiapan sebuah cerita ini adalah:

- a. Memperhatikan isi cerita dengan seksama.
- b. Menguji ingatan kita bila kita sudah memiliki sebuah cerita
- c. Melakukan pergaulan membaca, bacaan pertama akan menimbulkan rasa ingin tahu, bacaan kedua menimbulkan kenikmatan dan tafsiran lain.
- d. Kreatif menceritakan pada anak agar tidak menimbulkan kebosanan.
- e. Membuat kerangka cerita.

Sedangkan dalam pelaksanaannya, ada hal yang para orang tua harus perhatikan terlebih dalam mempersiapkan diri. Antara lain adalah:

- a. Memosisikan diri untuk tenang dan jangan tergesa-gesa.
- b. Cobalah sejenak melupakan diri, untuk lebih berekspresi dalam bercerita.
- c. Tidaklah perlu semua diceritakan secara lengkap, ini bisa dengan cara mengambil bagian inti cerita yang biasanya merupakan muatan dan isi cerita.

Dalam rangkuman hasil wawancara peneliti, dengan narasumber Kak Claudine Patricia ada 3 hal utama yang harus di perhatikan ketika akan melakukan aktivitas mendongeng, diantaranya:

- A. Durasi
 - Membuat Jadwal Rutin
 - 15 sampai 30 menit / hari

B. Cara Pendekatan

- Niatkan tulus untuk anak
- Bangun jembatan untuk si kecil (bangun suasana yang menjembatani aktivitas mendongeng)

C. Konten

- Ambil materi dari dongeng yang sudah ada, tetapi jauh lebih baik dari pengalaman sehari-hari.
- Libatkan anak kedalam dongeng.
- Perhatikan alur.
- Jika perlu, gunakan media pendukung yang menarik untuk anak.

Adapun contoh dari penyajian dongeng yang peneliti rangkum dan bisa dilakukan oleh para orang tua, mengacu terhadap dongeng lokal Lutung Kasarung, singkatnya diceritakan disana ada Raja yang bijak sana, 2 putri sebagai tokoh utama dan seekor Lutung. Dalam penyampain cerita untuk aktivitas mendongeng, para orang tua dapat mengumpamakan bahwa tokoh raja yang bijaksana itu adalah Ayah.

Dengan 2 putri Purbararang dan Purbasari sebagai tokoh utama di umpamakan sebagai salah satunya itu si kecil, sifat rendah hati Purbasari dan sifat iri hati Purbararang. Dapat dijadikan contoh atau perumpamaan untuk si kecil, bagaimana jika menjadi orang yang rendah hati dan bagaimana jika menjadi orang yang iri hati. Dan juga bisa memberikan perumpamaan atau contoh kepada anak tentang bagaimana seharusnya berhubungan baik dengan saudara.\

Kisah yang dialami oleh tokoh Purbasari, terutama dalam kepedihanya, dapat dijadikan suritauladan si kecil dengan pengemasan cerita atau penyesuaian dengan keseharian si kecil. Bertujuan untuk dapat lebih mudah menjangkau bagian emosional anak, memberi pelajaran untuk sabar dan percaya akan kebenaran. Sedangkan untuk kisah yang di alami oleh purbararang, menggambarkan bagaimana menjadi orang yang tak bersyukur atas yang dimiliki dan selalu ingin yang lebih. Itu dapat di kemas dalam penyampain yang disesuaikan dengan keseharian dari si kecil. Tokoh Lutung Kasarungpun, dapat menggambarkan pribadi yang bertanggung jawab, kerendahan hatinya untuk menolong tanpa

mengharapkan imbalan. Hal itu dapat dipetik dari hubungan pertemanan bersama Purbarara, walaupun hal itu termasuk kisah dewasa. Namun hikmat yang terkandung di dalamnya bisa disampaikan kembali ke pada si kecil, tentu dengan perubahan penyesuaian keseharian anak. Karna dasarnya aktivitas mendongengpun sebagai sarana komunikasi, baik orang tua ke anak ataupun sebaliknya.

2.4.2.2. Manfaat Aktivitas Mendongeng

Berbicara mengenai dongeng sungguh banyak manfaatnya. Tak hanya bagi anak-anak tetapi juga bagi orang yang mendongengkannya dan kedekatan hubungan mereka. Menurut Hibana (dalam Kusmiadi, 2008), manfaat dari aktivitas mendongeng ini antara lain adalah:

- a. Mengembangkan fantasi, empati dan berbagai jenis perasaan lain.
- b. Menumbuhkan minat baca.
- c. Membangun kedekatan dan keharmonisan.
- d. Media pembelajaran.
- e. Sarana komunikasi orang tua dengan anaknya.

Namun bukan hanya itu manfaat yang bisa didapat dari aktivitas mendongeng, Adapun manfaat lain bagi sikecil terutama untuk tumbuh kembang kecerdasannya, antara lain adalah:

- a. Mengembangkan daya pikir dan imajinasi anak.
- b. Mengembangkan kemampuan berbicara anak.
- c. Mengembangkan daya sosialisasi anak.
- d. Sarana komunikasi anak dengan orangtuanya.
- e. Media terapi anak-anak bermasalah.
- f. Mengembangkan spiritualitas anak.
- g. Menumbuhkan motivasi atau semangat hidup.
- h. Menanamkan nilai-nilai dan budi pekerti.
- i. Membangun kontak batin antara pendidik dengan murid.
- j. Membangun watak-karakter.
- k. Mengembangkan aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), sosial,

Dan menurut Josette Frank yang dikutip oleh Asfandiyar (2007), seperti halnya orang dewasa, anak-anak memperoleh pelepasan emosional melalui pengalaman fiktif yang tidak pernah mereka alami dalam kehidupan nyata. mendongeng ternyata merupakan salah satu cara yang efektif untuk mengembangkan aspek-aspek kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), sosial, dan aspek konatif (penghayatan) anak-anak. Berbeda dengan Musfiroh (2005) bercerita ditinjau dari beberapa aspek adalah sebagai berikut:

- a. Membantu pembentukan pribadi anak dan moral anak.
- b. Menyalurkan kebutuhan imajinasi dan fantasi.
- c. Memacu kemampuan verbal anak.
- d. Merangsang minat menulis anak.
- e. Merangsang minat baca anak.
- f. Membuka cakrawala pengetahuan anak.