

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Utama

2.1.1 Kampanye Sosial

Definisi kampanye menurut (Rogers dan Storey, 1987:7) dalam buku Manajemen Kampanye karangan Drs. Antar Venus, M.A. mendefinisikan kampanye sebagai: “serangkaian tindakan komunikasi yang terencana dengan tujuan menciptakan efek tertentu pada sejumlah besar khalayak yang dilakukan secara berkelanjutan pada kurun waktu tertentu”.

Merujuk pada definisi ini maka setiap aktivitas kampanye komunikasi setidaknya harus mengandung 4 hal yakni: (Venus, 2013:8)

1. Tindakan kampanye yang ditujukan untuk menciptakan efek atau dampak Tertentu.
2. Jumlah khalayak sasaran yang besar.
3. Biasanya dipusatkan dalam kurun waktu tertentu.
4. Melalui serangkaian tindakan komunikasi yang terorganisasi.

2.1.2 Fungsi Kampanye

Agar masyarakat lebih menanggapi keberadaan suatu pesan yang disampaikan melalui kampanye, maka dalam pembuatan kampanye harus memiliki beberapa fungsi (Venus,2013:9), antara lain :

1. Mengubah pola pikir masyarakat
2. Mencapai tujuan dengan menggugah kesadaran dan pendapat masyarakat pada isu tertentu
3. Pengembangan usaha dengan membujuk khalayak membeli produk yang dipasarkan
4. Membangun citra positif.

Selain itu terdapat pula jenis-jenis kampanye menurut beberapa sumber, yaitu:

1) *Product Oriented Campaigns*

Kampanye yang berorientasi pada produk, umumnya terjadi di lingkungan bisnis, berorientasi komersial, seperti peluncuran produk baru. Kampanye ini biasanya sekaligus bermuatan kepentingan untuk membangun citra positif terhadap produk barang yang diperkenalkan ke publiknya.

2) *Candidate Oriented Campaigns*

Kampanye ini berorientasi pada kandidat, umumnya dimotivasi karena hasrat untuk kepentingan politik. Contoh: Kampanye Pemilu, Kampanye Penggalangan dana bagi partai politik.

3) *Ideologically or cause oriented campaigns*

Jenis kampanye ini berorientasi pada tujuan-tujuan yang bersifat khusus dan seringkali berdimensi sosial atau *Social Change Campaigns* (Kotler), yakni kampanye yang ditujukan utk menangani masalah- masalah sosial melalui perubahan sikap dan perilaku publik yg terkait. Contoh: Kampanye AIDS, Keluarga Berencana dan Donor Darah. Nimmo Dan (2009:48)

2.1.3 Gangguan Jiwa

Saat ini gangguan jiwa didefinisikan dan ditangani sebagai masalah medis. Gangguan jiwa menurut Depkes RI (2010) adalah suatu perubahan pada fungsi jiwa yang menyebabkan adanya gangguan pada fungsi jiwa yang menimbulkan penderitaan pada individu dan hambatan dalam melaksanakan peran sosial. Gangguan jiwa atau mental illness adalah kesulitan yang harus dihadapi oleh seseorang karena hubungannya dengan orang lain, kesulitan karena persepsinya tentang kehidupan dan sikapnya terhadap dirinya sendiri-sendiri (Budiman, 2010). Sedangkan menurut (Maramis, 2010), gangguan jiwa adalah gangguan alam: cara berpikir (*cognitive*), kemauan (*volition*), emosi (*affective*), tindakan (*psychomotor*).

Gangguan jiwa merupakan kumpulan dari keadaan-keadaan yang tidak normal, baik yang berhubungan dengan fisik, maupun dengan mental. Keabnormalan tersebut dibagi ke dalam dua golongan yaitu : gangguan jiwa (Neurosa) dan sakit jiwa (Psikosa).

Keabnormalan terlihat dalam berbagai macam gejala yang terpenting diantaranya adalah ketegangan (*tension*), rasa putus asa dan murung, gelisah,

cemas, perbuatan-perbuatan yang terpaksa (*convulsive*), hysteria, rasa lemah, tidak mampu mencapai tujuan, takut, pikiran-pikiran buruk. Gangguan Jiwa menyebabkan penderitanya tidak sanggup menilai dengan baik kenyataan, tidak dapat lagi menguasai dirinya untuk mencegah mengganggu orang lain atau merusak/menyakiti dirinya sendiri (Yosep, 2009). Gangguan Jiwa sesungguhnya sama dengan gangguan jasmaniah lainnya, hanya saja gangguan jiwa bersifat lebih kompleks, mulai dari yang ringan seperti rasa cemas, takut hingga yang tingkat berat berupa sakit jiwa atau lebih kita kenal sebagai gila (Budiman, 2010)

2.1.4 Depresi

Depresi adalah suatu penyakit jiwa dengan gejala utama sedih, yang disertai gejala-gejala psikologik lainnya, gangguan somatic maupun gangguan psikomotor dalam kurun waktu tertentu dan digolongkan kedalam gangguan afektif. Depresi dalam penggunaan istilah sehari-hari biasanya dikaitkan dengan perasaan sedih, murung, putus asa, merana dan tidak bahagia. Depresi dapat juga berupa sekumpulan gejala atau sindroma (disertai perubahan kognitif, psikomotor dan vegetatif) atau merupakan kesatuan penyakit (dengan gambaran klinis yang khas, dasar riwayatnya dan hubungan dengan keadaan biologisnya) (Ardhana Soetjiningsih, 2007).

Depresi merupakan gangguan mental yang sering terjadi ditengah masyarakat. Berawal dari stres yang tidak diatasi, maka seseorang dapat jatuh ke fase depresi. Menurut Rathus (Lubis, 2009) orang yang mengalami depresi umumnya mengalami gangguan yang meliputi keadaan emosi, motivasi, fungsional, dan gerakan tingkah laku serta kognisi. Depresi adalah suatu gangguan perasaan hati (afek) yang ditandai dengan afek distorik atau kehilangan minat atau kegembiraan dalam aktivitas sehari-hari disertai dengan temuan-temuan lain seperti gangguan tidur dan perubahan selera makan (Mengel & Schwiebert, 2001).

Depresi terkait dengan situasi yang meliputi diantaranya perasaan sedih, murung, putus asa, tidak percaya diri, dan menyalahkan diri sendiri secara berlebihan. Seseorang yang mengalami depresi akan cenderung meninterpretasikan pemikiran negatif dari apa yang terjadi dalam keadaan kondisi

yang tertekan pada saat seseorang mengalami depresi. Menurut Beck (Nevid, 2005) seseorang yang mengalami depresi perasaan dan perilakunya diakibatkan oleh persepsi negative mereka dan verbalisme mereka. Penelusuran literatur yang dilakukan oleh Beck menentukan konsistensi yang menarik perhatian mengenai depresi, seperti adanya penurunan mood, kesedihan, pesimisme tentang masa depan, retardasi dan agitasi, sulit berkonsentrasi, menyalahkan diri sendiri, lamban dalam berpikir serta serangkaian tanda vegetative seperti gangguan dalam nafsu makan maupun gangguan dalam hal tidur.

Depresi merupakan perasaan murung, kehilangan gairah untuk melakukan hal-hal yang biasa dilakukannya dan tidak dapat mengekspresikan kegembiraan. Biasanya terjadi pada awal sampai pertengahan usia dewasa. Dapat terjadi sekali, dapat terjadi sering kali, dapat sebentar, dapat selama hidup, dapat bertahap, dan dapat mendadak berat (Sarwono, 2010).

Menurut kriteria DSM-IV-TR (2000) depresi berat adalah suasana perasaan ekstrem dan berlangsung paling tidak dua minggu, meliputi gejala-gejala kognitif (seperti perasaan tidak berharga dan tidak pasti) dan fungsi fisik yang terganggu (seperti perubahan pola tidur, perubahan nafsu makan dan berat badan yang signifikan, atau kehilangan banyak energi) sampai titik dimana aktivitas atau gerakan yang paling ringan sekalipun membutuhkan usaha yang luar biasa besar.

2.1.5 Gejala Klinis Depresi

Menurut *National Institute of Mental Health* (2015), terdapat beberapa gejala yang terjadi pada pasien depresi. Gejala klinis depresi terjadi selama minimal dua minggu dengan gejala seperti berikut:

- a. Rasa sedih yang persisten, gelisah, atau pikiran kosong
- b. Merasa putus asa
- c. Perasaan bersalah, merasa diri tidak berguna
- d. Iritabilitas, cepat marah, gelisah
- e. Hilang minat beraktifitas, termasuk aktivitas seksual
- f. Lelah dan penat
- g. Masalah konsentrasi, mengingat sesuatu dan membuat keputusan
- h. Insomnia atau tidur berlebihan

- i. Ide atau pernah mencoba bunuh diri
- j. Sakit kepala, kejang, atau masalah pencernaan yang persisten dan tidak sembuh dengan pengobatan

2.1.6 Pencegahan

Menurut Mrazek dan Haggerty dalam penelitian Barrera *et al* (2010) pencegahan terbagi atas 3 sublevel yaitu:

1. Pencegahan universal ditargetkan kepada seluruh komunitas, seperti edukasi dengan kampanye kesehatan tanpa melihat faktor risiko seseorang.
2. Pencegahan selektif ditargetkan kepada komunitas yang memiliki faktor risiko berdasarkan karakteristik demografi.
3. Pencegahan sesuai indikasi ditargetkan kepada seseorang yang memiliki tanda atau gejala klinis awal (subsindromal).

Menurut Bennet *et al* (2014) bentuk pencegahan dapat dikategorikan menjadi 3 bagian; (1) primer yaitu mencegah kejadian gangguan jiwa pada suasana yang sebenarnya tidak memiliki risiko terjadinya depresi; (2) sekunder yaitu deteksi dengan menggunakan instrumen sesuai usia dan pengobatan dini pada pasien depresi; (3) tersier yaitu meminimalisir disabilitas akibat gangguan depresi.

Cognitive Behavioral Therapy (CBT) adalah teknik pengobatan dan pencegahan terhadap beberapa gangguan jiwa seperti depresi (Ambarwati, 2009). Banyak penelitian dengan metode CBT yang berbeda dalam mencegah gangguan depresi pada remaja akan tetapi penelitian Clarke *et al* dalam Barrera *et al* (2010) menunjukkan hasil penelitian yang terbaik dengan metode 15 kali sesi CBT dengan pertemuan keluarga sebanyak 3 kali dibandingkan pengobatan biasa. Pencegahan gangguan depresi pada dewasa yang dilakukan Munoz dan Ying dalam Barrera *et al* (2010) dengan metode CBT sebanyak 8 kali dalam grup kecil untuk melihat faktor risiko berupa onset, jenis kelamin, perceraian, sosioekonomi rendah, dan etnis. Pencegahan gangguan depresi pasca persalinan menggunakan skoring *Edinburgh Postnatal Depression Scale* (EPDS) dengan beberapa variasi frekuensi masih belum ditemukan berapa kali pertemuan dan kapan waktu intervensi yang terbaik (Barrera *et al.*, 2010).

Penelitian Paykel dalam Barrera *et al* (2010) menunjukkan pasien akut (episode pertama) yang menerima *cognitive therapy* (CT) sebanyak 16 sesi dengan 6 dan 14 minggu setelah pertemuan terakhir sebagai tambahan memiliki angka kejadian (29%) relaps setelah 48 minggu terapi terakhir dilakukan dibandingkan pasien yang menerima pengobatan saja.

2.1.7 Sosial Media

Social Media menurut Kaplan adalah sebuah aplikasi yang berbasis HTML dan internet dengan konsep dan dasar teknologi web 2.0 yang memungkinkan para penggunanya bebas untuk menciptakan dan membagi content yang dibuat secara pribadi. *Social Media* juga merupakan salah satu bagian dari pemasaran dengan konsep *M-Commerce* (*mobile commerce*), dimana pemasar mempromosikan barang serta jasanya melalui peralatan elektronik nirkabel (Solomon, 2011; pada Bahri, 2012).

Kegunaan dari melakukan pemasaran melalui social media yang berbasis internet ini menurut Kaplan adalah:

- a. Sifat informasinya selalu baru (*Real Time*)
- b. Pengguna selalu gampang untuk membuat sebuah content serta menyebarkannya kepada pengguna lain
- c. Dengan banyaknya pengguna maka kegiatan berbagi informasi ini akan membuat efek multiplier yang signifikan
- d. Komunikasi yang dibuat adalah komunikasi dua arah

2.1.8 Terpaan Media

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto (2014: 168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audiovisual, media cetak, dan media online. *Media exposure* atau terpaan media

Menurut (Sari, 1993), frekuensi penggunaan meliputi berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama audience berhubungan atau mengikuti suatu program di media. Sementara itu menurut Rosengren (1974), penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Kriyantono, 2008:207).

2.1.9 Pengertian Masa Remaja

Kata “remaja” berasal dari bahasa latin yaitu *adolescere* yang berarti *to grow* atau *to grow maturity* yang artinya tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolescence* seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik.

Menurut teori Piaget, mengemukakan bahwa masa remaja adalah :

Secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu bernitegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang - orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang - kurangnya dalam memecahkan masalah.

Masa remaja termasuk masa yang sangat menentukan karena pada masa ini anak-anak mengalami banyak perubahan pada psikis dan fisiknya. Terjadinya perubahan kejiwaan menimbulkan kebingungan dikalangan remaja, mereka mengalami penuh gejolak emosi dan tekanan jiwa sehingga menyimpang dari aturan dan norma-norma sosial yang berlaku dikalangan masyarakat.

“Menurut hukum di Amerika Serikat saat ini, individu dianggap telah dewasa apabila telah mencapai usia delapan belas tahun, bukan dua puluh satu tahun seperti sebelumnya”.Perpangjangan masa remaja, setelah individu matang secara seksual dan sebelum diberi hak serta tanggungjawab orang dewasa mengakibatkan kesenjangan antara apa yang secara populer dianggap budaya remaja dan budaya dewasa. Budaya kawula mudah menekankan kesegaran dan kelengahan terhadap tanggungjawab dewasa. Budaya ini memiliki hirarki sosialnya sendiri, keyakinannya sendiri, gaya penampilannya sendiri, nilai – nilai dan norma perilakunya sendiri.

2.2 Teori Pendukung

2.2.1 Desain

Pada umumnya desain merupakan sebuah rancangan, rencana atau sebuah gagasan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia) menyebutkan bahwa desain adalah 1. kerangka bentuk; rancangan, 2. motif pola; corak. Sebagaimana dikemukakan oleh Sachari dan Sunarya (2001) bahwa

“Desain adalah terjemahan fisik mengenai aspek sosial, ekonomi, dan tata hidup manusia, serta merupakan cerminan budaya zamannya. Desain adalah salah satu manifestasi kebudayaan yang berwujud, desain adalah produk dari nilai-nilai yang berlaku pada kurun waktu tertentu.”

Pada dasarnya terdapat banyak pengertian tentang desain. Pengertian lain tentang desain adalah bahwa

“Desain merupakan suatu proses kreatif dalam memecahkan suatu permasalahan dalam hal yang menyangkut perancangan suatu objek yang bersifat fungsional atau estetis. Yang pada prinsipnya melihat aspek teknis, fungsi, material, tanpa melepaskan unsur warna, garis, tekstur, keseimbangan komposisi, dan bentuk” Beta (2008).

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa desain adalah sebuah proses perancangan dari sebuah ide gagasan/permasalahan yang menyangkut benda cipta dengan berdasarkan pada aspek teknis, fungsi dan material.

2.2.2 Prinsip Desain

Prinsip perngorganisasian dalam desain disebut dengan penyusunan atau komposisi dari unsur-unsur estetik. Menurut Agus Sachari (2004) bahwa “dalam karya seni hendaknya memperhatikan pertimbangan komposisi yang terdiri dari: harmoni, kontras, *unity*, *balance*, *simplicity*, aksentuasi, dan proporsi”

1. Harmoni (selaras)

Harmoni atau selaras adalah paduan dari unsur-unsur yang berbeda dekat. Ketika unsur-unsur dipadukan secara berdampingan akan timbul kombinasi yang menimbulkan suatu keserasian (*harmony*).

2. Kontras

Kontras merupakan paduan dari unsur-unsur yang berbeda tajam. Pertentangan merupakan dinamik dari eksistensi menarik perhatian. Kontras merangsang minat, kontras menghidupkan desain, kontras merupakan bumbu komposisi dalam pencapaian bentuk.

3. Repetisi (Irama)

Repetisi merupakan pengulangan unsur-unsur pendukung karya seni. Repetisi atau ulang merupakan selisih antara dua wujud yang terletak pada ruang dan waktu, bersifat satu matra yang dapat diukur dengan interval ruang. Interval ruang atau kekosongan atau jarak antar objek adalah bagian penting didalam desain visual.

4. Gradasi

Gradasi merupakan paduan dari interval kecil ke interval besar, yang dilakukan dengan penambahan atau pengurangan secara laras dan bertahap, yang merupakan keselarasan yang dinamik. Gradasi dapat diartikan juga sebagai susunan dari penggambaran monoton menuju dinamika yang menarik.

1. Kesatuan (*Unity*)
2. Keseimbangan (*Balance*)
3. Kesederhanaan (*Simplicity*)
4. Aksentuasi (*Emphasis*)
5. Proporsi

Adapun menurut Kartika (2005) disebutkan bahwa proporsi dan skala mengacu kepada hubungan antara bagian dari suatu desain dan hubungan antara bagian dan keseluruhan

2.2.3 Elemen Desain

Elemen desain adalah satu hal yang terpenting dalam desain grafis. Hal nyata inilah yang akan mewujudkan prinsip desain. Layaknya sebuah tonggak yang akan menopang agar tetap kukuh. Elemen adalah dasar dari desain. Seperti halnya membangun sesuatu, kita tak bisa langsung ke atas, kita harus mulai dari dasar. Seperti itu pula desain. Elemen-elemen desain sendiri terdiri atas 6 hal yaitu garis

(*line*), bentuk (*shape*), tekstur (*texture*), ruang, ukuran, dan warna. Berikut penjelasannya.

1. Garis (*Line*)

Garis adalah sebuah unsur desain yang menghubungkan antara satu titik dengan titik lainnya sehingga tergambarlah sebuah garis dengan bentuk lengkung (*curve*) atau lurus (*straight*). Mampu membuat keteraturan, mengarahkan pandangan dan memberikan kesan bergerak serta memiliki karakter tertentu. Penggunaan garis dapat diaplikasikan dalam pembuatan grafik atau bagan.

2. Bentuk (*Shape*)

Bentuk adalah seperangkat garis yang ditempatkan berdekatan, memiliki diameter, tinggi dan lebar. Ini merupakan obyek 2 dimensi. Berdasarkan sifatnya, bentuk dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu huruf, simbol, dan bentuk nyata (*form*). Selain itu hal ini dapat digunakan sebagai perantara sebuah ide.

3. Tekstur (*Texture*)

Tekstur merupakan sebuah visualisasi dari permukaan yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Pada prakteknya, tekstur sering dikategorikan sebagai corak dari suatu permukaan benda. Tekstur dapat menambah dimensi dan kekayaan sebuah layout, menegaskan atau membawa ke dalam sebuah rasa/emosi tertentu.

4. Ruang

Ruang adalah jarak yang memisahkan antar sesuatu. Biasanya digunakan memisahkan atau menyatukan elemen-elemen layout. Ruang juga berfungsi sebagai tempat istirahat bagi mata. Dalam bentuk fisiknya, pengidentifikasian ruang digolongkan menjadi dua unsur, yaitu obyek (*figure*) dan latar belakang (*background*).

5. Ukuran

Ukuran adalah seberapa besar atau kecil sesuatu hal. Perbandingan ukuran satu bentuk terhadap bentuk lainnya. Dengan menggunakan elemen ini kamu dapat menciptakan kontras dan penekanan (*emphasis*) pada obyek desain, sehingga orang akan tahu sisi menarik atau menonjol dari desain itu dan melihatnya terlebih dahulu.

6. Warna

Warna merupakan media paling akhir dalam komunikasi simbolik dan yang terpenting. Nyatanya, warna dibagi ke dalam dua section, warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dalam unsur tinta atau cat (CMYK). Dengan warna si desainer dapat menampilkan identitas, menyampaikan pesan atau menarik perhatian serta menegaskan sesuatu.

2.2.4 Layout

Rustan (2008:12) menyatakan bahwa *layout* merupakan pengaturan huruf dan visual pada sebuah cetakan atau halaman elektronik. Prinsip-prinsip desain yang paling penting yang berpengaruh pada *layout* adalah titik fokus hierarki visual, kesatuan, dan keseimbangan. Dalam perancangan media visual kampanye ini, sangat penting sekali untuk memperhatikan hubungan antar elemen seperti ukuran, warna, kontras, nilai, tekstur, dan bentuk serta hierarki visual. Komponen dasar dalam *layout* pada media visual kampanye ini terdiri atas tiga bagian yang disebut *headline*, *lead*, dan *body*.

- *Headline* merupakan judul utama dari sebuah pesan.
- *Lead* dikenal makna pesan yang disampaikan. Biasanya *lead* dibuat dalam bentuk tema yang terdiri dari kata-kata pesan yang mengesankan dengan penekanan tertentu dengan bentuk pemberitaan, pertanyaan atau pernyataan.
- *Body* merupakan isi dari pesan secara keseluruhan dan lebih lengkap. *Body* bisa berupa teks atau gambar. Untuk membantu perancangan *layout* pada media visual kampanye penulis menggunakan proporsi *golden ratio* dan sistem *grid*. *Grid* merupakan garis bantu berupa kotak-kotak sebagai acuan peletakan elemen desain. Jenis *grid* pada *layout* ada beberapa macam seperti *Manuscript Grid*, *Column Grid*, *Modular Grid*, *Hierarki Grid* dan *Eksplorasi Grid*.

2.2.5 Media Audio Visual

a. Pengertian Media Audio Visual

Menurut Marshall Meluhan pengertian media adalah suatu ekstensi manusia yang memungkinkannya mempengaruhi orang lain yang tidak mengadakan kontak langsung dengan dia. *Media Audio Visual* berasal dari kata media yang berarti

bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, pendapat atau gagasan yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. Dale mengatakan media *Audio Visual* adalah media pengajaran dan media pendidikan yang mengaktifkan mata dan telinga peserta didik dalam waktu proses belajar mengajar berlangsung. *Media Audio Visual* yaitu jenis media yang selain mengandung unsur suara juga mengandung unsur gambar yang dapat dilihat, seperti rekaman video, berbagai ukuran film, slide suara, dan lain sebagainya. Kemampuan media ini dianggap lebih baik dan lebih menarik, sebab mengandung kedua unsur jenis media yang pertama dan kedua.

b. Macam-macam media *Audio Visual* Dalam proses belajar mengajar kehadiran media mempunyai arti yang cukup penting. Karena dalam kegiatan tersebut ketidakjelasan bahan yang akan disampaikan dapat dibantu dengan menghadirkan media sebagai perantara. Salah satu teknologi dalam proses pengajaran itu adalah memilih media pembelajaran. Media pembelajaran menurut Rossi dan Breidle adalah seluruh alat dan bahan yang dapat dipakai untuk tujuan pendidikan, seperti radio, televisi, buku, koran, majalah, dan sebagainya. Media pembelajaran inilah yang akan membantu memudahkan siswa dalam mencerna informasi pengetahuan yang disampaikan. Media pembelajaran menurut karakteristik pembangkit rangsangan indera dapat berbentuk Audio (suara), Visual (gambar), maupun Audio Visual. Menurut Rudi Bertz, sebagaimana dikutip oleh Asnawir dan M. Basyirudin Usman, mengklasifikasikan ciri utama media pada tiga unsur pokok yaitu suara, visual, dan gerak. Bentuk visual itu sendiri dibedakan lagi pada tiga bentuk, yaitu gambar visual, garis (*linier graphic*) dan symbol. Seperti umumnya media sejenis media audio visual mempunyai tingkat efektifitas yang cukup tinggi, menurut riset, rata-rata diatas 60% sampai 80%. Pengajaran melalui audio visual jelas bercirikan pemakaian perangkat keras selama proses belajar, seperti mesin proyektor film, televisi, tape recorder dan proyektor visual yang lebar.⁷ Jadi pengajaran melalui audio visual adalah penggunaan materi yang penyerapannya melalui pandangan dan pendengaran serta tidak seluruhnya tergantung kepada pemahaman kata simbol-simbol yang serupa.

2.2.6 Teori Warna

Warna merupakan properti dari cahaya. Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang 10 dikenainya. Elemen dasar yang dibutuhkan untuk menyadari adanya warna yaitu: sumber cahaya, objek, dan penglihat. Setiap jenis warna dapat memiliki efek yang berbeda ke setiap orang. Penggunaan warna yang tepat, dapat membantu dalam menyampaikan pesan. Warna dapat dikatakan memiliki arti, contohnya warna merah yang dapat berarti gairah, semangat, panas, perang, dan bahaya, sedangkan warna hijau dapat berarti alami, tumbuh, subur, segar, sembuh, dan aman. Masih banyak lagi warna yang diasumsikan memiliki arti-arti khusus. Warna dapat berfungsi sebagai simbol atau sebagai estetika. Warna mempengaruhi kehidupan. Warna mengkomunikasikan, memberikan informasi dari bahasanya secara langsung maupun tidak langsung. Warna juga dapat mempengaruhi perasaan. Pengetahuan tentang warna merupakan salah satu bagian yang penting dalam keberhasilan menyampaikan komunikasi visual.

2.2.7 Teori Tipografi

Tipografi adalah ilmu tentang huruf, baik pembelajaran maupun penerapannya, sebagai unsur utama, maupun hanya sebagai pelengkap dalam desain komunikasi visual. Dalam buku *Tipografi dalam Desain Grafis* karya Danton Sihombing, dijelaskan bahwa huruf sebagai salah satu elemen desain, memainkan peranan penting dalam keberhasilan suatu bentuk desain komunikasi grafis. Huruf memiliki perpaduan antara nilai fungsional dan nilai estetik. Rangkaian huruf dalam sebuah kata atau kalimat dapat memberikan makna dan memberikan citra atau kesan visual.

2.2.8 Pengertian Poster

Poster merupakan salah satu bentuk publikasi yang dapat berupa pengumuman, imbauan, protes, atau iklan dengan tujuan untuk mendidik masyarakat, mengimbau, menyalurkan aspirasi atau menawarkan barang. Poster merupakan media luar ruang yang ditulis di selembar kertas atau kain dengan huruf yang besar-besar dan mencolok supaya mudah dibaca Eko, 2004: 128. Poster atau

plakat adalah karya seni atau desain grafis yang memuat komposisi gambar dan huruf di atas kertas berukuran besar. Pengaplikasiannya dengan ditempel di dinding atau permukaan datar lainnya dengan sifat mencari perhatian mata sekuat mungkin, karena itu poster biasanya dibuat dengan warna-warna kontras dan kuat Ensiklopedia Wikipedia Bahasa Indonesia. Poster lebih bersifat imbauan yang disertai gambar, poster mengandalkan kekuatan kata-kata untuk mempengaruhi pembaca.

Selain itu desain, model, bentuk dan kombinasi warna akan membuat poster dapat mempengaruhi pembaca Kosasih dan Mumpuni, 2004: 54. Poster adalah media yang penempatannya di luar rumah dan berisi tulisan singkat yang menyangkut masalah pendidikan, kegiatan, niaga, hiburan, lingkungan, dan penerangan Nurhidayati, 2005: 226. Dari beberapa pendapat mengenai poster, dalam penelitian ini penulis mengacu pada pendapat Nurhidayati yaitu poster adalah media yang penempatannya di luar rumah dan berisi tulisan singkat yang menyangkut masalah sosial dan komersial. Poster sosial meliputi pendidikan, penerangan, pembangunan, kebersihan, dan kesehatan, sedangkan poster komersial berhubungan dengan bisnis. Alasan mengapa penulis mengacu dengan pendapat Nurhidayati, karena sebuah poster itu dalam penempatannya memang harus di luar ruangan, sebab poster merupakan salah satu media yang digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, poster tidak hanya terdiri dari satu jenis, melainkan beberapa jenis, seperti yang dikemukakan oleh Nurhidayati, yakni terdiri atas poster pendidikan, poster niaga, poster hiburan, poster lingkungan, dan poster penerangan.