

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Motion Graphic*

Menurut buku *Exploring Motion Graphics* oleh Gallagher, Rebecca, *Motion Graphic* adalah kedinamisan, memberikan efek hidup pada tulisan dan gambar yang membuat hal tersebut jadi sebuah pesan yang ingin di sampaikan kepada penonton. *Motion Graphic* adalah teks, gambar, atau kombinasi dari keduanya yang bergerak dalam ruang dan waktu, menggunakan teknik-teknik dalam pergerakan dan ritmenya untuk dapat mengkomunikasikannya. *Motion Graphic* banyak digunakan dalam tv dan film untuk membantu memperkenalkan suatu ceritanya.

Berdasarkan Biteable, *Motion graphic* adalah animasi, tetapi dengan teks atau tulisan sebagai komponen utamanya. Pada dasarnya, *motion graphic* merupakan sebuah desain yang di animasikan

Dan menurut Michael Betancourt di buku dengan judul *The History OF Motion Graphic*, *Motion graphic* adalah grafik yang menggunakan footage dari video atau teknologi animasi untuk menciptakan ilusi gerakan dan biasanya dikombinasikan dengan audio untuk digunakan dalam proyek multimedia.

Motion adalah bahasa universal. dalam *motion graphic*, setiap gerakan mempunyai dampak yang lebih dan memilih metode untuk memindahkan elemen dalam sebuah layar akan meningkatkan maknanya. *Motion* itu sendiri bisa menjadi pesan. *Motion linguistik* dapat ditelusuri kembali ke awal-awal animasi karakter, film abstrak eksperimental, dan bioskop avant-garde. Saat ini, literasi gerak adalah salah satu perangkat *storytelling* paling mendasar dalam *motion graphic*.

Dalam buku *Eksploring Motion Graphic* yang ditulis oleh Gallagher dan Rebecca mengatakan bahwa setiap desain memiliki susunan visual yang digunakan untuk mengarahkan penonton pada suatu pesan dan membantu mereka untuk memahami informasi terpenting yang ingin disampaikan pada desain tersebut. Perbedaan yang jelas antara informasi primer dan informasi lainnya merupakan indikasi adanya susunan visual yang kuat. Pentingnya informasi akan menentukan elemen mana yang akan ditonjolkan dan bagaimana informasi tersebut akan dituliskan dalam suatu desain.

2.1.1 Prinsip dalam *Motion Graphic*

1. Composition

Dalam membuat komposisi, cara menentukan bagaimana sebuah elemen, visual, tipografi, dan gambar dikomposisikan akan membuat tata letak keseluruhan kelompok semua elemennya ke dalam 1 kelompok yang disebut dengan *Gathering*. Pergerakan dalam suatu implikasi, tergantung pada situasi dan mengikuti bentuk apa saja elemen-elemen tersebut dikomposisikan. Elemen tersebut terlihat terbang keluar *frame* atau jatuh ke dalam *frame*. Gabungan elemen-elemen tersebut disatukan menjadi sebuah karya visual.

Penyebaran terlihat ketika banyak elemen disebarkan dalam satu *frame*, elemen yang diatur dalam dispersi akan tampak abstrak dan tidak teratur. Untuk membawa penonton ke dalam desain dan menciptakan titik fokus dalam kumpulan gambar yang tampak tidak beraturan, gunakan warna yang berbeda untuk membuat suatu elemen menjadi lebih menonjol dibanding dengan yang lain. *Exclusion* adalah ketika semua elemen disatukan bersama, kecuali satu. Satu elemen tersebut

dipisahkan dari yang lain, sehingga menjadi titik fokus. *Chunking* merupakan suatu istilah untuk menyatukan elemen-elemen bersamaan. Istilah ini digunakan untuk membantu penonton menyimpan suatu informasi. Elemen-elemen gambar dapat dikelompokkan bersama berdasarkan bentuk, warna, ukuran, atau jenis tulisan.

Optical center mengacu pada objek pusat yang selalu ditampilkan dalam sebuah desain. Ketika titik pusat diukur dan menempatkan objek pada titik tersebut, sering kali terlihat terlalu rendah dan tidak berada di tengah. Untuk membuat sebuah komposisi dimana titik fokus berada di tengah, pada *optical center* dan menggeser elemen fokus pada desain tersebut sedikit ke atas. Titik fokus yang ditempatkan di salah satu sisi atau salah satu sudut *frame* akan tampak *off-center*. Membuat komposisi dengan titik fokus *off-center* menghasilkan kesan jenaka dan menyenangkan. Desain menjadi tidak terasa kaku, melainkan enerjik. Yang membuat sebuah desain tampak natural walaupun selera itu bersifat subjektif, mengikuti prinsip desain grafis dalam membuat komposisi akan menghasilkan *Motion Graphic* dengan susunan visual yang menarik dilihat. Setiap elemen yang ada pada layar tidak hanya dilihat dari kualitas individualnya, melainkan bagaimana elemen tersebut dapat saling berinteraksi satu sama lainnya.

2. *Frame*

Komposisi mengatur semua yang dilakukan objek-objek di dalam *frame*. Objek-objek tersebut bergerak dalam *frame* harus diatur. *Motion Graphic* terdiri dari *individual frame*, tiap-tiap *frame* merepresentasikan suatu waktu pada bidang 2 dimensi suatu layar. Komposisi pada *frame* dibatasi oleh 4 sisi : kiri, kanan, atas, dan bawah. Desain *Motion Graphic* dibatasi oleh teknologi yang sudah ada, bentuk

frame akan ditentukan oleh alat yang digunakan oleh penggunaannya. *Frame* desain untuk *web*, TV, dan video akan selalu *horizontal* karena lebih banyak monitor yang melebar, bukan tinggi. Saat kita mendesain untuk PDA dan *handphone*, *frame* akan *vertikal* mengikuti bentuk fisik PDA dan *handphone*.

Elemen-elemen yang telah dikomposisi di dalam *frame* dengan jarak tertentu dari batas menimbulkan kesan tenang, terkendali, dan teratur. Jika elemennya terlalu kecil dan ditempatkan jauh dari batas *frame* dengan sisa tempat yang masih banyak, desain tersebut menimbulkan kesan jauh, tidak terhubung atau kosong.

3. *Flow*

Ketika membaca pergerakan *Motion Graphic* dan merasakan desain tersebut. Bagaimana elemen-elemen dan *frame* terlalu cepat lewat, bagaimana *Motion Graphic*-tersebut menampilkan suatu informasi dengan kecepatan yang cukup lambat, bagaimana alurnya memuat terlalu banyak informasi, bagaimana ada tampilan informasi yang tiba-tiba memperlambat kecepatan audiens untuk mengerti suatu pesan informasi yang ada.

Jika seperti itu, ada sesuatu pada desain tersebut yang dapat membuat pembaca tiba-tiba berhenti dan berpikir banyak untuk mencerna suatu informasi yang disampaikan. Artinya, alur desain menjadi terganggu. Seharusnya dapat menyusun *frame* dan membuat transisi tersebut diantaranya mempengaruhi alur pembaca untuk mengerti desainnya serta dapat menimbulkan efek emosional bagi pembaca. Dan dapat menyambung komposisi dan *frame* tersebut melalui gaya transisi.

4. *Transition*

Transisi seketika dari satu video ke video berikutnya disebut *cutt*. Ini adalah transisi umum yang sering digunakan dan tampak mulus. ketika dilakukan dengan benar, penonton bahkan tidak menyadari perubahan dalam elemen tersebut. Saat menerapkan *cut*, video kedua harus berisi informasi baru.

Dissolve dibuat ketika dua video yang bertumpuk memiliki tingkat *opacity* yang berbeda. Karena objek satu secara bertahap menjadi lebih redup, atau buram, objek dua secara bertahap menjadi kurang buram, akhirnya memenuhi layar sebagai satu-satunya sumber yang terlihat jelas. Dengan kata lain, satu gambar larut ke dalam gambar berikutnya. Transisi ini jelas bagi penonton dan harus digunakan ketika visual dari dua video saling melengkapi, sehingga di mana visual bertumpuk, mereka tidak akan menciptakan kontradiksi visual, tetapi akan bekerja bersama. Harus ada hubungan visual yang kuat dan selaras antara unsur-unsur dari dua objek.

5. *Texture*

Kata *texture* selalu digunakan untuk menggambarkan objek taktil, seperti sofa beludru yang halus dan kenyal, potongan amplas yang kasar, atau bulu anak kucing yang halus dan lembut. Desainer digital juga menggunakan kata tekstur saat mendeskripsikan pekerjaan. Tekstur visual tercipta ketika menggunakan nilai warna dan pola untuk menghasilkan kesan atau menimbulkan ilusi tekstur. Tekstur dapat digunakan sebagai elemen desain atau untuk memunculkan rasa kedalaman dan dimensi dan menambah estetika visual dari karya tersebut.

6. *Sound*

Gelombang suara memantul dari *cardrum* dan menyebabkan getaran yang kemudian di artikan sebagai kata atau nada. Mencocokkan suara, musik, kata yang diucapkan, atau suara *insidental* dengan visual lebih dari sekadar meletakkan trek. Ketika Michael Silvers dan Randy Thom memenangkan *Oscar di Academy Awards* ke-77 untuk *Sound Editing For The Incredibles*, Thom berkata, "*Academy Awards* tertentu seperti efek suara dan visual dan pengeditan kadang-kadang disebut sebagai penghargaan teknis. Penghargaan itu bukan penghargaan teknis. Mereka diberikan untuk keputusan artistik." Kami pada dasarnya dipengaruhi oleh musik dan suara, dan desainer dan editor sepenuhnya mengendalikan dampak emosional yang akan terjadi pada pemirsa. Di semua aplikasi, judul film, menu DVD, permainan video, atau situs web, suara dan musik mengatur nadanya.

7. *Emotion*

Emotion atau emosi adalah *tools* yang sangat kuat bagi seorang desainer dan muncul sebagai respons langsung terhadap gaya desain. Berharap penonton merasakan sesuatu dari *motion graphic* yang dibuat, berharap mereka mengingatnya dan memiliki pesan, dan produk atau layanan yang disajikan. Cara efektif dan terbaik dalam dengan membuat kedekatan hubungan emosional. kedekatan pesan, iklan, lagu, atau situs web, misalnya, dapat diukur dengan meminta pemirsa menjawab pertanyaan *polling*. Banyak dari kita mengingat sedikit demi sedikit dari segala sesuatu yang dilihat dan dengar, tetapi dengan begitu banyaknya informasi yang dilihat setiap hari, ada banyak yang tersaring: oleh karena itu, sering tidak menyimpan pesan lengkapnya. Pemirsa mungkin ingat

visual, *jingle*, actor, atau *tagline* dari suatu produk, tetapi tidak ada yang penting jika video tersebut tidak dapat membuat penonton mengingat inti pesannya produk atau layanan yang diperlihatkan.

Sebagai desainer komunikasi visual yang menggunakan media *motion graphic*, tugasnya adalah menyampaikan pesan yang meyakinkan dalam waktu singkat. Membuat semuanya untuk menanggapi emosi dan mengilhami komunikasi kita dengan emosi juga.

8. *Inspiration*

Setiap desainer terinspirasi dengan cara yang berbeda, dan harus melihat segala sesuatu di sekitar untuk mendapatkan ide untuk proyek berikutnya. Inspirasi dapat ditemukan dalam desain lain, musik, seni, desain furnitur, cerita, alam, dan hampir semua hal lain yang mungkin terpikirkan. Banyak desainer memiliki perpustakaan lengkap buku desain yang sering mereka rujuk untuk inspirasi. Hanya melihat hal-hal akan menginspirasi ide-ide baru. Salah satu caranya adalah dengan menyimpan kotak sepatu dan mengumpulkan gambar, tulisan, atau objek yang menarik untuk menjadi patokan ketika mencari ide baru berikutnya.

Hal pertama yang harus dilakukan klien baru adalah mengumpulkan objek yang menginspirasi mereka. Sarankan agar mereka mengumpulkan kata-kata bergambar (mintalah mereka menuliskan kata-kata itu di selembar kertas), serpihan cat, sampel wallpaper, benda-benda yang ditemukan, bentuk-bentuk alami seperti daun atau bunga, dan hal lain yang membuat mereka tertarik. Ini membantu untuk memecahkan *creative ice*, sehingga untuk berbicara, dan mendapatkan ide-ide mengalir dan membantu desainer mulai memvisualisasikan desain proyek.

2.1.2 Prinsip dasar animasi

Beberapa prinsip animasi paling awal yang didirikan pada zaman Disney. Ini telah memainkan peran penting dalam animasi dan dapat diterapkan ke bidang *motion graphics*. Konsep yang dijelaskan di sini berasal dari *The Illusion of Life* oleh Frank Thomas dan Ollie Johnston.

1. *Squash and Stretch*

Di dunia fisik, sebagian besar objek alami berubah bentuk saat bergerak. Misalnya, ketika bola karet menyentuh tanah, bola itu akan tergencet sementara sebelum mendorong dirinya sendiri ke udara saat diregangkan.

Teknik *squash and stretch* dapat membantu membangun dasar fisik objek yang memiliki massa, memberikan gerakan ilusi berat dan volume melalui distorsi. Jenis distorsi ini dapat berkisar dari halus hingga ekstrem. Dalam animasi karakter tradisional, prinsip ini berguna untuk menghidupkan dialog dan untuk meniru ekspresi wajah dengan melebih-lebihkan tingkat *squash and stretch*.

2. *Anticipation*

Sebagian besar tindakan manusia hidup memiliki tindakan sebelumnya yang berlawanan. Sebelum melompat dari lantai, penari melakukan gerakan mundur sebelum bergerak maju. Sebelum melempar bola, seorang pitcher mengangkat lengannya ke belakang untuk memungkinkan lengannya melempar dengan lebih kuat. Dalam semua kasus ini, kata "sebelum" adalah kuncinya, itu menunjukkan gagasan pra-tindakan atau tindakan tersirat. Antisipasi menciptakan rasa gerakan alami sambil mendiktekan kepada penonton bahwa tindakan yang akan datang akan segera terjadi.

3. *Follow through and overlapping*

Mengikuti dan bertumpang tindih memungkinkan aliran di antara tindakan dilakukan dengan lancar. Teknik halus ini dapat digunakan untuk membuat gerakan elemen lebih dapat dipercaya dengan menambahkan sedikit detail.

Follow through melibatkan kelanjutan suatu tindakan melewati titik penghentiannya. Misalnya, ketika seorang wanita mengayunkan kepalanya, rambutnya terus bergerak setelah gerakan kepala utama berhenti

Overlapping terjadi ketika suatu elemen mengubah arahnya ketika sedang bergerak, dan bagian-bagiannya yang lebih kecil mengasumsikan arah gerak yang baru beberapa frame kemudian.

Timing sangat penting untuk efektivitas *follow through* dan tindakan yang *Overlapping*. Jika terlalu lambat, mungkin tampak terlalu jelas, membuat tindakan utama terlihat canggung. Jika terlalu cepat, mungkin tidak cukup jelas.

4. *Pause*

Pause atau jeda dapat menjadi alat komunikasi yang kuat bila digunakan dengan benar. Dalam jazz, jeda antara riff sering digunakan sebagai bagian penting dari ungkapan selama improvisasi. Dalam animasi, jeda dapat mencegah gerakan tampak terlalu hingar bingar atau mekanis, memungkinkan penonton untuk mengatur napas di antara tindakan. Selanjutnya, mereka dapat menciptakan ekspektasi dan ketegangan.

5. *Timing*

Dalam animasi, *timing* melibatkan koreografi bagaimana tindakan diberi jarak sesuai dengan ukuran dan "kepribadian" dari elemen. Waktu atau *timing* dapat memengaruhi cara memandang ukuran atau massa suatu objek. Misalnya, benda besar yang bergerak lebih pelan daripada benda kecil mungkin membutuhkan lebih banyak waktu untuk dipercepat atau diperlambat. Dalam animasi *frame-by-frame*, *timing* dicapai dengan mengontrol jumlah frame di antara gerakan. Semakin banyak gambar yang ada, semakin pelan dan lembut hasilnya. Lebih sedikit gambar menjadikan suatu gerakan yang lebih cepat dan hasil yang lebih jelas. *Timing* juga dapat berkontribusi terhadap suasana hati atau suasana. Gerakan cepat biasanya menghasilkan efek tajam dan energik, sementara gerakan yang lebih lama dapat terasa lebih disengaja dan bermartabat.

6. *Acceleration and deceleration*

Prinsip-prinsip akselerasi dan deselerasi, dapat membantu menghaluskan gerakan seperti aslinya, membuatnya tampak lebih alami.

Dalam animasi *frame-by-frame*, meniru gerakan alami mungkin melibatkan pembuatan sejumlah besar gambar di dekat pose awal objek, lebih sedikit gambar di tengah, dan lebih banyak gambar di dekat pose berikutnya. Saat objek mendekati pose tengah, ia mulai berakselerasi, dan setiap jarak terkalibrasi yang ditempuhnya lebih jauh dari yang sebelumnya. Saat aksi dimulai, lebih sedikit gambar di titik awal dan lebih banyak gambar di dekat akhir aksi menghasilkan ledakan akselerasi yang tiba-tiba, yang memberi jalan pada perlambatan bertahap menjelang akhir.

Dalam animasi interpolasi digital, perubahan kecepatan yang menciptakan efek akselerasi dan deselerasi ditetapkan melalui tombol.

7. *Secondary action*

Sebagian besar gerakan di dunia fisik adalah hasil dari sebab dan akibat. Misalnya, ketika bola basket mengenai tepi papan, tepinya bergoyang ke depan dan ke belakang. Tindakan ini bekerja sama dalam mendukung satu sama lain. Dengan mengingat hal ini, tindakan sekunder dari pelek bola basket dihasilkan langsung dari tindakan primer.

Dalam animasi, tindakan sekunder dapat digunakan untuk meningkatkan minat atau menambah kompleksitas realistis dengan melengkapi dan memperkuat tindakan utama. Ingatlah bahwa tindakan sekunder suatu objek harus mensubordinasi atau bersaing dengan tindakan utamanya.

8. *Exaggeration*

Asal muasal dari konsep animasi yang dilebih-lebihkan atau *exaggeration* terletak di jantung animasi figuratif tradisional, di mana gerakan karakter dan ekspresi wajah diubah untuk menciptakan daya tarik yang lebih hidup.

Dalam grafik rotoscoped yang dilacak secara akurat dari rekaman langsung, *exaggeration* dapat digunakan untuk membuat gerakan tampak kurang kaku dan mekanis. Animator Kanada Carol Beecher dan Kevin Kurytnik menggunakan teknik *exaggeration* untuk mengekspresikan "kehidupan dan Tuan Kematian yang tidak nyaman" dalam animasi figuratif pemenang penghargaan berjudul *Tuan Reaper's Really Bad Morning*. Hal ini terlihat dari gerak-gerik para tokoh saat

mengejar mangsanya. Selain itu, antisipasi terlihat dalam gerakan hewan sebelum berlari dan gerakan mundur pemburu yang bersiap untuk melempar senjatanya.

Exaggeration dapat membantu mengkomunikasikan ide secara lebih efektif sekaligus membuat konten menyenangkan untuk ditonton. Di sisi lain, penggunaan perangkat ini secara berlebihan dapat membuat aksi tampak terlalu teatrikal atau dibuat-buat. Menentukan tingkat *exaggeration* untuk diterapkan pada gerakan bergantung pada intuisi, eksperimen, dan kesabaran.

2.2 Kampanye Sosial

Kampanye adalah gerakan, sedangkan sosial yang berkaitan dengan masyarakat. Kampanye sosial didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan gerakan bersama masyarakat yang terencana untuk dengan tujuan efek yang besar.

Menurut Reddi (2009:402), 5 tujuan yang utama dari suatu kampanye sosial yaitu :

- a. Menginformasikan dan menyadarkan
- b. Merayu, mengajarkan dan memotivasi
- c. Mengembangkan opini publik melalui ide dan tindakan
- d. Menarik *target audience* menggunakan media dan metode
- e. Memberikan hasil yang diinginkan melalui pelaksanaan program kampanye

2.3 Komunikasi

Komunikasi secara pengertian umum adalah proses penyampaian informasi pesan dari komunikator kepada komunikan.

Menurut Effendy (1989) “hakikat komunikasi adalah suatu proses pernyataan antar manusia, pernyataan tersebut berupa pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalur”.

Proses komunikasi tidak selamanya berjalan dengan baik, terkadang pesan yang disampaikan tidak tersampaikan dengan baik karena adanya gangguan saat proses penyampaiannya (*noises*), dan bila pesan tersebut tersampaikan dengan baik terhadap komunikan, biasanya terjadi sebuah umpan balik atau *feed back*.

Menurut Putra (2020:2) di bukunya yaitu Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan, yang dimaksud komunikasi adalah suatu cara usaha untuk menyampaikan informasi berupa pesan kepada orang-orang, dengan berdasarkan proses komunikasi primer. Sedangkan pengertian komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pemikiran atau perasaan seseorang terhadap orang lain dengan menggunakan lambang atau simbol sebagai media.

2.3.1 Jenis-jenis Komunikasi

1. Komunikasi verbal

Komunikasi verbal adalah sebuah bentuk komunikasi yang digunakan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*).

2. Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal yaitu proses cara komunikasi yang mana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata-kata.

3. Komunikasi *tactual*

Komunikasi *tactual* adalah cara komunikasi yang menggunakan perasa (kulit) sebagai sensasi rabaan.

4. Komunikasi *gustatory/olfactoral*

Komunikasi *gustatory* atau *olfactoral* adalah cara komunikasi yang menggunakan hidung sebagai sensasi penciuman.

5. Komunikasi perilaku

Perilaku atau aktivitas-aktivitas suatu komunikasi dalam pengertian yang luas adalah, perilaku yang menampak (*over behaviour*) atau perilaku yang tidak menampak (*inert behaviour*),

6. Komunikasi kinesika

Komunikasi kinesika dapat dianalogikan sebagai sistem komunikasi dengan menggunakan sebuah gerakan. Salah satu bentuk kinesika yang banyak diketahui adalah melalui ungkapan sebuah bahasa tubuh, yaitu menyampaikan pesan melalui komunikasi gerakan tubuh.

7. Komunikasi visual

Komunikasi visual ini adalah menggunakan bahasa gambar, dengan unsur dasar bahasa visual menjadi unsur utama dalam menyampaikan pesan. Bahasa visual merupakan segala sesuatu yang dapat dilihat dan dapat dipakai untuk menyampaikan arti, makna dan pesan.

2.4 Tipografi

Tipografi merupakan teori yang mempelajari tentang seni huruf dan desain huruf (termasuk simbol), terutama dalam prakteknya untuk media komunikasi visual melalui metode penataan komposisi, ukuran, bentuk dan sifatnya. Sehingga pesan yang ingin disampaikan sesuai dengan tujuannya. Tipografi memiliki peranan penting dalam segala hal yang berhubungan dengan penyampaian bahasa nonverbal (menggunakan tulisan) dalam segala bentuk media publikasi.

Setiap bentuk huruf dalam suatu alfabet memiliki keunikan fisik sendiri-sendiri yang membuat mata kita dapat membedakan antara huruf “s” dengan “k” atau “G” dengan “P”. Keunikan ini disebabkan oleh bagaimana cara mata kita melihat kesamaan dan perbedaan antara komponen visual satu dengan yang lain. Pakar psikologi dapat menjelaskan dengan teori *Gestalt*.

Dan apabila dilihat dari sudut geometri, garis dasar yang mendominasi struktur huruf dalam alfabet dapat dibagi menjadi 4 kelompok, yaitu :

Garis tegak – datar : E, F, H, I, L

Garis tegak – miring : A, K, M, N, V, W, X, Y, Z

Garis tegak – lengkung : B, D, G, J, P, R, U

Garis lengkung : C, O, Q, S

Dengan pembagian anatomi, huruf dibagi menjadi 5 bentuk dasar, yaitu :

1. *Font serif*

Mempunyai *serif* atau lentik di ujungnya.

2. *Font sans serif*

Sans artinya tidak ada, yang berarti tidak ada *serif* atau lentik di ujungnya.

3. *Font slab serif*

Mendekati *serif*, tetapi lentiknya patah.

4. *Script*

Font yang berbentuk seperti goresan tangan.

5. *Decorative*

Font yang didesain khusus dengan tema tertentu.

2.5 Warna

Warna diartikan secara objektif atau fisik sebagai sifat cahaya yang dipantulkan atau secara subjektif atau psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Warna dibagi menjadi dua macam yaitu warna *additive* dan *subtractive*. *Additive* adalah warna cahaya yang disebut spektrum. Sedangkan warna *subtractive* adalah warna yang berasal dari pigmen. Warna pokok *additive* adalah *red, green, blue* atau RGB. Warna pokok *subtractive* adalah *Cyan, Magenta, Yellow* atau CMY dan K netral. Warna dibagi menjadi 5 klasifikasi yaitu warna *primer, sekunder, intermediate, tersier* dan *kuarter*,

2.6 AISAS

Pengaruh dari media sosial yang meningkat, pencarian informasi semakin dipermudah melalui internet. Menurut buku "*The Dentsu Way*" yang ditulis oleh Sugiyama model AISAS merupakan perkembangan dari model AIDMA yang lebih ke teknologi media sosial internet.

2.6.1 Attention

Pada tahapan pertama yaitu *attention* atau tensi yaitu perilaku konsumen dalam melihat dan memperhatikan dalam sebuah iklan yang ditayangkan melalui internet atau media sosial.

2.6.2 Interest

Setelah mendapatkan atensi dibuatlah agar mendapatkan suatu *interest* atau perilaku konsumen dalam ketertarikan terhadap iklan yang ditayangkan melalui internet atau media sosial.

2.6.3 Search

Informasi yang ada dapat di akses dengan mudah dengan cara konsumen mencari informasi lebih lanjut terhadap iklan informasi yang ditayangkan.

2.6.4 Action

Setelah tahapan sebelumnya terjadilah perilaku yang dilakukan konsumen untuk melakukan sebuah pembelian atau penggunaan jasa yang ditawarkan.

2.6.5 Share

Pada tahapan akhir konsumen dapat membagikan informasinya dengan melalui media sosialnya untuk dapat memberikan informasi yang lebih luas.