



DESAIN GRAFIS pakai AI (Artificial Intelligence)

Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK



Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

DESAIN GRAFIS pakai AI (Artificial Intelligence)



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :
YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-634-7227-80-5 (PDF)



9

786347

227805

DESAIN GRAFIS pakai AI (Artificial Intelligence)

Penulis :

Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

ISBN : 978-634-7227-60-5 (PDF)

Editor :

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, M.M.

Penyunting :

Dr. Joseph Teguh Santoso, M.Kom.

Desain Sampul dan Tata Letak :

Irdha Yuniarto, S.Ds., M.Kom.

Penebit :

Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan
Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM)

Anggota IKAPI No: 279 / ALB / JTE / 2023

Redaksi :

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal :

Universitas STEKOM

Jl. Majapahit no 605 Semarang

Telp. (024) 6723456

Fax. 024-6710144

Email : info@stekom.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin dari penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga buku ***Desain Grafis pakai AI (Artificial Intelligence)*** ini dapat diselesaikan dan diterbitkan. Buku ini hadir sebagai panduan komprehensif yang mengintegrasikan fondasi desain grafis tradisional dengan kekuatan transformasional AI, membantu desainer menghadapi era digital yang dinamis.

Di tengah revolusi teknologi, AI tidak hanya mengotomatisasi tugas repetitif tetapi juga memperkaya kreativitas melalui tools seperti generative design dan ChatGPT, sebagaimana dibahas dalam Bab 4 dan 15. Buku ini mengajak pembaca—mulai dari pemula hingga profesional—untuk menguasai proses desain holistik, dari komposisi dasar hingga tren masa depan, dengan penekanan pada aplikasi praktis AI di Indonesia.

Buku *Desain Grafis pakai AI (Artificial Intelligence)* dimulai dengan Bab 1: Studi Desain Grafis yang memperkenalkan dunia desain melalui tujuan belajar, peran seniman-desainer profesional, serta delapan langkah proses desain esensial, sambil membahas tantangan pekerja lepas, zona nyaman, dan jabatan di penerbitan serta perusahaan.

Bab 2: Dasar-dasar Komposisi mengeksplorasi kebutuhan desain grafis dengan inspirasi, prinsip keseimbangan, struktur tata letak, fokus citra, pemotongan visual, hingga virtuoso desain yang menarik perhatian audiens. Bab 3: Penggunaan Elemen membahas dasar elemen persuasif, jenis grafis desain, lima komponen solusi kuat, teori bentuk, aturan B.U.L.L.I.T.S., serta waktu efektif untuk menghasilkan solusi desain. Bab 4: Mendesain dengan Alat Kecerdasan Buatan menjadi pusat transformasi, menjelaskan bagaimana AI mengubah desain grafis melalui konten tertulis via ChatGPT, generasi gambar di Adobe Firefly, dan penggunaan istilah desain optimal dengan AI.

Bab 5: Tipografi Lebih dari Sekadar Tampilan yang Cantik mengupas variasi font, sejarahnya, revolusi percetakan, serta penggunaan huruf sebagai elemen gambar komunikatif yang mendalam. Bab 6: Para Ahli Tipografi Membuatnya Terlihat Mudah menguraikan tujuan tipografi, kategori huruf, struktur dan anatomi huruf, penataan bertanggung jawab, pembuatan font, serta profil ahli tipografi legendaris. Bab 7: Desain Logo dengan Tujuan membahas elemen krusial logo, tujuan merek, kesalahan amatir, aturan desain, bagian dasar logo, proses di Adobe, alasan profesional, logo berpengaruh, dan elemen tersembunyi.

Bab 8: Warna dengan Nama Lain menjelaskan peran warna dalam desain, psikologi warna, persepsi visual manusia, serta strategi pewarnaan untuk memfokuskan audiens dan klien. Bab 9: Ruang dan Pikiran membahas penggunaan ruang dalam desain visual, elemen fundamental, prinsip kesatuan, serta teori Gestalt untuk menciptakan desain kohesif yang memengaruhi pikiran. Bab 10: Desain Berulang menyajikan evolusi gerakan desain seperti Art Nouveau, Konstruktivisme, Art Deco, dan Swiss Style sebagai fondasi desain berulang yang ikonik.

Bab 11: Gaya Desain Masa Kini mengulas tren kontemporer termasuk minimalis, maksimalisme, grafiti, digitalisme, vintage, dan flat design yang mendefinisikan estetika

modern. Bab 12: Desain Kartu Nama menyoroti pentingnya kartu nama untuk bisnis, teknik pencetakan, pencocokan warna, opsi tata letak, serta gaya kreatif yang memulai koneksi profesional. Bab 13: Desain Pemasaran membahas materi promosi, selebaran sebagai media cetak, format fungsional, perbedaan dengan iklan, serta strategi desain pemasaran efektif.

Bab 14: Dasar-dasar Desain Web mencakup browser, internet dasar, mesin pencari, tujuan halaman web, tata letak, optimasi foto, UI/UX, kode sederhana, dan prospek karir web design. Bab 15: Masa Depan Desain Grafis meramalkan tren warna, desain 3D, media campuran, motion graphics, desain AI-generated, tipografi futuristik, serta peluang pekerjaan di era AI

Dalam era transformasi digital, AI tidak sekadar alat bantu, melainkan katalisator kreativitas yang mempercepat proses dari konsep hingga eksekusi, khususnya bagi desainer Indonesia yang menghadapi tuntutan industri kreatif berkecepatan tinggi. Buku ini dirancang untuk pembaca segala level—mahasiswa, profesional, hingga pekerja lepas—dengan struktur holistik mulai dari studi dasar desain hingga tren masa depan, dilengkapi narasi praktis dan studi kasus lokal untuk aplikasi langsung.

Semarang, Januari 2026

Penulis

Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 STUDI DESAIN GRAFIS	1
1.1 Sedang Belajar Tujuan	1
1.2 Seniman-Desainer Profesional	3
1.3 Perjalanan Dimulai	4
1.4 Tentang Buku Ini	5
1.5 Komunikasi Untuk Pekerjaan Wawancara.....	6
1.6 Delapan Langkah Proses Desain	8
1.7 Di Mana Desainer Berjuang.....	9
1.8 Pekerja Lepas	10
1.9 Lingkaran Zona Nyaman	11
1.10 Desain Dalam Penerbitan	11
1.11 Teknis Ketentuan Dari Grafis Desain	13
1.12 Jabatan Dalam Perusahaan Dan Firma	14
BAB 2 DASAR-DASAR KOMPOSISI.....	17
2.1 Tujuan Pembelajaran.....	17
2.2 Kebutuhan Akan Desain Grafis.....	18
2.3 Inspirasi	18
2.4 Dasar-Dasar Komposisi Yang Menarik	20
2.5 Keseimbangan	23
2.6 Struktur Tata Letak.....	26
2.7 Fokus Citra.....	28
2.8 Pemotongan Untuk Dampak Visual	28
2.9 Vituoso Desain	29
BAB 3 PENGGUNAAN ELEMEN	33
3.1 Tujuan Pembelajaran.....	33
3.2 Dasar-Dasar Penggunaan Elemen	34
3.3 Desain Grafis Yang Persuasif	36
3.4 Grafis Desain Mengajukan Jenis.....	39
3.5 Lima Komponen Solusi Desain Grafis Yang Kuat	40
3.6 Teori Bentuk.....	45
3.7 Aturan Desain Yang Menarik – B.U.L.L.I.T.S.....	49
3.8 Waktu Membawa Solusi.....	50
BAB 4 MENDESAIN DENGAN ALAT KECERDASAN BUATAN.....	52
4.1 Tujuan Pembelajaran.....	52
4.2 AI Akan Mengubah Desain Grafis.....	52
4.3 Membuat Konten Tertulis	54

4.4	ChatGPT: Alat Yang Bermanfaat.....	55
4.5	Menggunakan Alat AI Untuk Membuat Gambar	58
4.6	Demonstrasi: Pembuatan AI Di Adobe Firefly	59
4.7	Gunakan Istilah Desain Dengan AI	60
BAB 5	TIPOGRAFI LEBIH DARI SEKADAR TAMPILAN YANG CANTIK	69
5.1	Tujuan Pembelajaran	69
5.2	Font Memiliki Berbagai Macam Tampilan	70
5.3	Font Memiliki Sejarah	72
5.4	Percetakan Mengubah Komunikasi	74
5.5	Penggunaan Huruf	76
5.6	Ketik Sebagai Gambar	83
BAB 6	PARA AHLI TIPOGRAFI MEMBUATNYA TERLIHAT MUDAH	88
6.1	Tujuan Pembelajaran	88
6.2	Tujuan Dari Tipografi	88
6.3	Kategori Jenis Huruf	89
6.4	Struktur Huruf	92
6.5	Anatomi Huruf.....	94
6.6	Penataan Huruf Secara Bertanggung Jawab.....	95
6.7	Membuat Dan Merevisi Font	97
6.8	Ahli Tipografi	101
BAB 7	DESAIN LOGO DENGAN TUJUAN	105
7.1	Tujuan Pembelajaran	105
7.2	Hal-Hal Penting Dalam Desain Logo	107
7.3	Tujuan Merek Perusahaan.....	108
7.4	Masalah Logo Yang Dibuat Oleh Para Desainer Amatir	108
7.5	Melanggar Aturan Desain Logo	110
7.6	Bagian-Bagian Dasar Dari Sebuah Logo	110
7.7	Perjalanan Desain Logo Pada Adobe.....	113
7.8	Alasan Untuk Menyewa Profesional	115
7.9	Desainer Logo Berpengaruh	120
7.10	Logo Dengan Elemen Tersembunyi.....	121
7.11	Gambaran Umum Desain Logo	124
BAB 8	WARNA DENGAN NAMA LAIN.....	126
8.1	Tujuan Pembelajaran	126
8.2	Warna Dalam Desain Grafis.....	127
8.3	Psikologi Warna.....	130
8.4	Memahami Bagaimana Kita Melihat Warna.....	132
8.5	Warna Memfokuskan Audiens Dan Klien	134
8.6	Waktu Pewarnaan.....	135
BAB 9	RUANG DAN PIKIRAN	144
9.1	Tujuan Pembelajaran	144

9.2	Semua Desain Visual Menggunakan Ruang	145
9.3	Elemen Fundamental	146
9.4	Prinsip Kesatuan	148
9.5	Teori Gestalt Mengarah Pada Desain Yang Kohesif	148
BAB 10	DESAIN BERULANG	155
10.1	Tujuan Pembelajaran	155
10.2	Lebih Dari Sekadar Opini	155
10.3	Gerakan Desain	156
10.4	Gaya Desain Grafis Awal	157
10.5	Gerakan Seni Dan Kerajinan	158
10.6	Gerakan Art Nouveau	158
10.7	Gerakan Konstruktivisme	161
10.8	Gerakan Art Deco	162
10.9	Gerakan Desain Swiss	165
BAB 11	GAYA DESAIN MASA KINI	171
11.1	Tujuan Pembelajaran	171
11.2	Gaya Minimalis	172
11.3	Gaya Maksimalisme	174
11.4	Gaya Grafiti	176
11.5	Gaya Digitalisme	178
11.6	Gaya Vintage	179
11.7	Gaya Datar	180
BAB 12	DESAIN KARTU NAMA	183
12.1	Tujuan Pembelajaran	183
12.2	Penting Untuk Bisnis	183
12.3	Pencetakan Kartu Nama	184
12.4	Pencocokan Warna	186
12.5	Opsi Tata Letak	188
12.6	Kesenangan Dimulai Dengan Desain	188
12.7	Gaya Desain Kartu Nama	200
BAB 13	DESAIN PEMASARAN	204
13.1	Tujuan Pembelajaran	204
13.2	Materi Pemasaran Promosi	204
13.3	Selebaran Sebagai Media Cetak	206
13.4	Format Desain Pemasaran	207
13.5	Fungsi Adalah Desainnya	210
13.6	Selebaran Bukanlah Iklan	211
13.7	Mendesain Materi Pemasaran	213
BAB 14	DASAR-DASAR DESAIN WEB	221
14.1	Tujuan Pembelajaran	221
14.2	Browser Internet	222

14.3	Dasar-Dasar Internet.....	222
14.4	Dasar-Dasar Hasil Pencarian	223
14.5	Mesin Pencari.....	224
14.6	Tujuan Sebuah Halaman Web	225
14.7	Jenis Tata Letak	226
14.8	Kebutuhan Akan Kecepatan	227
14.9	Mengoptimalkan Foto Untuk Situs Web.....	228
14.10	Melibatkan Pengunjung.....	229
14.11	Tiga Kekhawatiran Utama Dalam Desain Situs Web	230
14.12	Langkah-Langkah Awal	231
14.13	Antarmuka Pengguna	233
14.14	Penjelasan Singkat Tentang Kode Situs Web.....	235
14.15	Elemen Dasar Situs Web.....	236
14.16	Perangkat Lunak Desain.....	236
14.17	Prospek Pekerjaan Desain Web.....	237
BAB 15	MASA DEPAN DESAIN GRAFIS	240
15.1	Tujuan Pembelajaran	240
15.2	Tren Warna.....	240
15.3	Desain Tiga Dimensi	242
15.4	Desain Media Campuran	242
15.5	Desain Grafis Gerak.....	243
15.6	Desain Yang Dihasilkan AI	245
15.7	Masa Depan Tipografi.....	245
15.8	Prospek Pekerjaan Desain Grafis.....	246
DAFTAR PUSTAKA		250

BAB 1

STUDI DESAIN GRAFIS

1.1 SEDANG BELAJAR TUJUAN

Pada akhir bab ini, pembaca akan mampu menggambar sketsa awal. Mereka akan mampu menjelaskan tujuan desain tersebut. Siswa akan mampu mengungkapkan istilah-istilah yang digunakan dalam penerbitan desain grafis.

Profesional terminologi

Berkas	Koleksi digital data yang disimpan berdasarkan nama dan ekstensi.
Huruf	Koleksi karakter dengan wajah dan ukuran tertentu.
Pekerja Lepas	Desainer grafis wiraswasta yang bekerja untuk beberapa klien.
Greeking	Teks pengganti.
Leading	Ruang visual dari bagian bawah baris tipografi ke bagian atas baris lainnya tetapi diukur dari garis dasar ke garis dasar.
Penjualan	Mempresentasikan layanan atau produk untuk dibeli kepada calon pelanggan.
Simbol	Tanda non-alfabet yang mewakili objek, kata-kata, atau ide.
Simetris	Pendekatan tata letak tradisional yang memusatkan dan menyeimbangkan semua elemen dengan ruang.
Templat Cetak	Berkas vektor yang menunjukkan potongan kertas atau kartu, lipatan, dan potongan.
Verbiage	Mencakup semua konten, mulai dari 'tajuk utama' hingga 'panggilan untuk bertindak'.
Suara	Bagaimana komunikasi diekspresikan melalui sudut pandang atau nada.



Gambar 1.1 Grafis Perancang Pada Papan Tulis

Rincian: Satu gambar dihasilkan dengan kecerdasan buatan daring. perangkat lunak Adobe Kunang-kunang. Kata-kata untuk itu mengingatkan: kartun tentang seniman gila di depan keyboard komputer di sebuah toko, sebuah suntingan abstrak; lukisan cahaya. Belum lama ini, seseorang mungkin mengunjungi mal dan mendatangi toko musik yang menjual



berbagai instrumen. Instrumen-instrumen tersebut dirancang untuk terhubung dengan papan tik elektrik yang canggih secara teknologi dan mampu menghasilkan jauh lebih banyak daripada sekadar suara piano. Perangkat ini dilengkapi kendali yang dapat mengaktifkan dan memulai solo drum. Sebuah trompet akan melantunkan nada-nada kuningan yang tinggi dengan menekan tombol pembantu, sementara gitar akan berdenting melalui sakelar tambahan. Individu ini memiliki kemampuan untuk memainkan komposisi papan tik mereka sendiri bersamaan dengan bagian-bagian musik tersebut. Individu ini adalah seorang musisi!

Komputer pribadi mengubah proses produksi tata letak grafis yang sebelumnya sulit dipahami. Teknik ini memungkinkan siapa pun yang bisa mengetik untuk mengakses templat halaman dan mengubah konten tertentu. Mereka adalah desainer visual. Saat ini, setiap teknologi sedang dipengaruhi oleh kecerdasan buatan. Di arena penyampaian pesan visual, orang-orang dapat membuat desain grafis dengan memberikan perintah pada pembuatan tata letak secara artifisial. Siapa pun bisa menjadi seniman grafis!

Sama konyolnya dengan kesimpulan kedua dan ketiga tersebut, banyak orang percaya bahwa hanya itulah yang dibutuhkan untuk menciptakan desain yang menarik secara visual dan berhasil menyampaikan pesan. Sama seperti seorang musisi yang harus memahami tempo, penekanan, kontras, ritme, dan cara orang mendengarkan, seorang desainer grafis pun harus memahami komponen-komponen tersebut serta bagaimana dan mengapa orang melihat sebuah tata letak. Masalah dengan teknologi baru adalah kemampuannya yang cukup baik untuk terlihat profesional bagi mata atau telinga yang awam. Teknologi hanyalah sebuah alat dan sarana untuk menuju desain akhir, namun hanya karena seseorang bisa menekan tombol, bukan berarti mereka adalah musisi atau seniman komersial. Menyusun musik dan desain grafis yang efektif serta sukses merupakan proses yang rumit. Begitu seseorang menyadari apa saja yang terlibat dalam menata elemen-elemen untuk menarik perhatian audiens, upaya besar tersebut mungkin akan terasa menakutkan.

Buku ini bertujuan untuk menyederhanakan desain grafis, tetapi seperti halnya profesi lain, ini tidak sesederhana menekan sebuah tombol. Buku ini akan membimbing desainer grafis pemula atau pemasar dalam berbagai cara untuk menciptakan solusi yang luar biasa. Generator kecerdasan buatan akan menunjukkan cara menggunakan perintah (*prompts*) dan alat AI mana yang digunakan untuk berbagai solusi yang berbeda. Buku ini bukanlah manual langkah demi langkah pembelajaran kelas perangkat lunak AI. Saat memanfaatkan alat AI seperti Adobe Firefly, terdapat banyak upaya untuk mencapai sebuah solusi yang tidak diperlihatkan, begitu juga penggunaan perintah sebelumnya yang dibangun berdasarkan ide-ide. Sebagai contoh, Gambar 3.6 memiliki perintah untuk membangun penyimpanan berkas serupa peri dengan pencahayaan yang menyeramkan. Eksperimen perintah untuk upaya-upaya ini akan memenuhi satu halaman penuh. Hal tersebut sengaja dikesampingkan agar fokus tetap pada dasar-dasar penggunaan alat AI yang dapat segera diterapkan oleh pembaca dan mendapatkan hasil. Desainer grafis profesional mungkin memiliki keterampilan untuk mendesain, meskipun mereka mungkin kurang memahami kemandirian dari teknik, gaya, atau palet warna yang mereka gunakan. Buku ini memberikan jawaban mengenai elemen-elemen yang membentuk desain yang menarik perhatian.

1.2 SENIMAN-DESAINER PROFESIONAL

Rincian: Palsu intelijen gambar dibuat dengan Adobe Firefly menggunakan tema: konsep pikiran rumit yang memikirkan banyak ide desain; konsep kreatif dan inspiratif. Pada awal mula desain grafis, orang-orang berbakat yang memahami di mana dan mengapa harus menempatkan elemen dalam sebuah tata letak dikenal sebagai seniman komersial. Mereka biasanya adalah orang-orang yang telah dilatih sebagai seniman murni dan memiliki kemampuan untuk menggambar atau membuat litograf untuk iklan surat kabar dan majalah. Karena para seniman komersial ini menciptakan desain untuk mendapatkan bayaran, mereka dipandang rendah oleh para seniman murni. Aspek visual dari desain grafis dianggap tidak berkaitan dengan seni murni sejauh yang diyakini oleh para seniman sejati. Ketika seseorang melihat desain-desain lama ini, mereka dapat memahami mengapa para seniman murni menarik kesimpulan tersebut karena iklan dan tata letak surat kabar saat itu sebagian besar terdiri dari teks dan ilustrasi produk, kemasan, atau seseorang.

Detail tipografi mencakup struktur, ketebalan, proporsi, dan bentuk tetapi tidak menyertakan warna karena kertas dicetak dengan tinta hitam. Nada abu-abu ditunjukkan dengan garis-garis dan kemudian titik-titik yang diselingi dengan ruang. Keindahan rupa huruf yang digambar tangan dan kustomisasi untuk label produk serta kemasan tidak begitu dipahami oleh masyarakat umum — tetapi mereka tetap merespons pesan-pesannya. Teknologi mengembangkan sistem yang mencetak fotografi dalam publikasi. Kemajuan ini membuka bidang seni komersial bagi orang-orang yang bukan seniman berbakat. Ketika teknologi berlanjut ke pencetakan warna, hal itu memungkinkan pemasaran untuk menarik perhatian pembeli dan membuka profesi seniman komersial bagi para seniman murni yang kesulitan finansial yang akan menggambar serta melukis citra mereka dan membentuk konten dengan rupa huruf yang inventif. Seniman murni mengakui dan menghargai bahwa desain-desain ini memiliki elemen dan karakteristik yang sama dengan seni dan segera menyebut para penciptanya sebagai seniman grafis. Segala sesuatu mulai dari citra hingga huruf yang muncul pada sampul majalah atau iklan dapat dibuat oleh seniman grafis. Mereka berbakat secara artistik dan berorientasi visual. Rupa huruf memiliki bentuk seolah-



Gambar 1.2 Setiap Orang Memiliki Ide Dengan Kualitas Yang Beragam



Gambar 1.3 Perangko Sampul The Saturday Evening Post Karya Norman Rockwell.



olah mereka adalah sebuah citra.

Seniman grafis memahami elemen-elemen seni murni, metode pencetakan, serta bagaimana orang melihat dan membaca desain. Mereka bisa menggambar, melukis, memahat, memotret, dan menyusun seni ini untuk dicetak. Mereka dianggap sebagai desainer grafis yang mampu menciptakan citra tersebut dengan huruf pada media apa pun.

Seorang desainer grafis juga merupakan pembelajar metode kreatif yang menempatkan citra, huruf, dan warna, dengan cara yang koheren dan menarik secara visual pada berbagai macam media. Mereka mengelola elemen-elemen tata letak yang tersedia karena mereka tidak memiliki ketangkasan untuk menciptakan citra dengan tangan kosong. Ada desainer grafis yang dikategorikan sebagai seniman produksi dan berfokus pada pengambilan konsep yang telah disetujui serta mengaturnya sebagai mekanis untuk pihak percetakan.

Hierarki desain komunikasi berubah dengan diperkenalkannya komputer. Perangkat lunak memungkinkan talenta kreatif untuk mengejar karier desain grafis bahkan jika mereka tidak dapat membuat gambar secara manual. Peluangnya tampak tak terbatas.

Dahulu, istilah seniman komersial, seniman grafis, dan desainer grafis didefinisikan berdasarkan kemampuan yang berbeda, tetapi saat ini istilah-istilah tersebut digunakan secara bergantian. Dalam buku teks ini, istilah-istilah tersebut digunakan untuk merujuk pada seseorang yang terlatih dan terdidik dengan pengetahuan tentang cara menciptakan pesan visual yang sukses.



Gambar 1.4 Itu Pertama Konsep Dari Sedang Belajar.

Rincian: Gambar kecerdasan buatan yang dibuat dengan Adobe Firefly menggunakan itu mengingatkan: tersenyum anak artis dengan cat pada menghadapi Dan tangan Menghadap dinding di sebuah gedung sekolah tua; pemandangan dari seberang ruangan. Pengaturan: layar lebar; seni; referensi dramatis; efek lukisan; nada hangat dengan cahaya dramatis.

1.3 PERJALANAN DIMULAI

Konsep pertama dalam mempelajari desain grafis adalah fokus pada tujuan desain. Tujuannya adalah menceritakan sebuah kisah secara grafis — desain tersebut merupakan narasi tentang suatu produk, layanan, atau acara. Pertanyaan-pertanyaan kunci yang dijawab oleh sebuah cerita sudah diketahui. seperti enam W yaitu Siapa, Apa, Mengapa, Kapan, Di mana, dan

Bagaimana.

Pendekatan seorang desainer grafis terhadap setiap proyek adalah bagaimana menghubungkan desain dengan target pasar. Tujuannya adalah menggunakan semua alat dan elemen yang tersedia bagi desainer grafis untuk menarik dan menyampaikan pesan kepada pembaca. Dalam banyak solusi digital saat ini, tujuan tersebut tampaknya telah hilang atau tidak diketahui oleh desainer grafis.

Konsep pembelajaran yang kedua adalah bagaimana mencapai solusi melalui langkah-langkah, bukan lompatan. Siswa desain yang melangkah terlalu jauh akan tersesat. Celah dalam pendidikan desain saat ini adalah terlalu mengandalkan kemajuan teknologi yang telah meningkatkan desain grafis, namun tidak membiarkan otak bagian kanan menjadi kreatif dan membuka ruang bagi keberuntungan yang tidak disengaja (*happy accidents*).

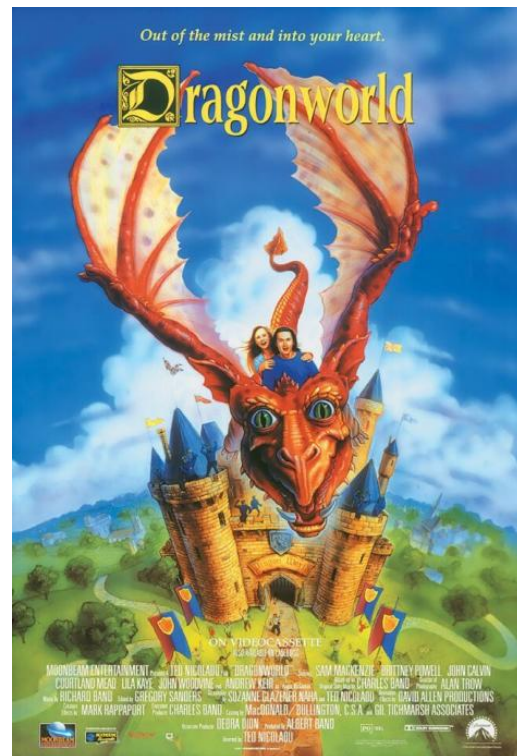
Penjelasan mengenai proses fundamental dari desain grafis yang efektif akan membekali setiap calon seniman grafis dengan dasar-dasar untuk menggunakan kreativitas mereka dalam memecahkan masalah desain. Desain grafis telah berevolusi seiring dengan teknologi. Pena bulu menggantikan alang-alang yang diruncingkan pada Abad Pertengahan, memungkinkan kendali atas kaligrafi dan menggambar. Mesin cetak, yang memungkinkan komunikasi massa alih-alih menyebarkan informasi melalui penggambaran atau dari mulut ke mulut, menciptakan kebutuhan akan seniman grafis profesional. dan sekarang kecerdasan buatan telah digunakan.

Menyederhanakan pembuatan gambar dan konten. Ada banyak lagi penemuan teknologi lainnya, tetapi alasannya Kunci dari inovasi-inovasi ini adalah komunikasi. Desain grafis juga dimaksudkan untuk mewujudkan komunikasi. Secara visual, tata letak harus menghubungkan pesan dengan audiens.

1.4 TENTANG BUKU INI

Sebelum desainer grafis mempelajari bagaimana cara untuk TIDAK menciptakan desain yang buruk, mereka harus terlebih dahulu memperoleh keterampilan untuk menghasilkan solusi visual yang efektif. Informasi dalam buku ini memberikan penjelasan yang ringkas dan mudah diikuti mengenai aturan, panduan, metode, dan sejarah desain. Tujuannya adalah untuk membentuk desainer grafis yang berharga.

Isi buku ini mencakup solusi-solusi yang menunjukkan pemahaman tentang bagaimana audiens memandang desain tersebut. Buku ini dimulai dari awal mula desain grafis, tetapi



Gambar 1.5 Poster Film Tersegmentasi Karya Hettinger Dan Sherry

tidak mengajarkan perangkat lunak. Ada banyak buku tentang cara mengoperasikan program desain perangkat lunak. Mahasiswa mempelajari perangkat lunak; mereka mempelajari panduannya tetapi tidak benar-benar diajarkan atau diperlihatkan bagaimana menerapkan pengetahuan tersebut pada sebuah proyek. Buku ini menjelaskan perangkat lunak mana yang akan memberikan hasil paling menguntungkan.

Setiap bab mencakup konsep-konsep kritis dalam desain grafis saat ini. Desainer grafis profesional memiliki bahasa mereka sendiri. Bahasanya adalah bahasa Inggris, tetapi istilah-istilahnya berorientasi pada desain. Sebagai contoh, ruang (*space*) adalah hamparan luas dalam percakapan normal, tetapi bagi seniman grafis, ruang itu terbatas, dan penggunaannya adalah rahasia dari desain profesional. Terdapat segmen kosakata di setiap bab untuk semuanya. Sebanyak 200 istilah desain akan dibahas dengan definisi singkat. Dalam sebuah wawancara, penggunaan jargon profesional menunjukkan pendidikan dan pemahaman pelamar kepada pewawancara.

1.5 KOMUNIKASI UNTUK PEKERJAAN WAWANCARA

Salah satu kelemahan dalam desain grafis adalah kurangnya keterampilan menulis. Para profesional berkomunikasi dengan klien bukan hanya melalui pesan teks. Beberapa bab akan memberikan kesempatan untuk menulis esai yang meningkatkan kemampuan komunikasi seorang seniman dengan mendapatkan pengalaman dalam menyusun kalimat dengan terminologi yang tepat. Banyak dari esai-esai ini berupa pertanyaan.



Gambar 1.6 Konsep Pertama Dari Sedang Belajar

Pelamar akan ditanyai oleh pewawancara. Contohnya adalah program generatif AI apa yang mereka gunakan untuk kustomisasi tipografi untuk judul. Pertanyaan lain adalah tipografer mana yang mereka ikuti dan mengapa. Pelamar akan ditanya bagaimana mereka mengikuti tren warna, atau gaya desain masa lalu mana yang menurut mereka akan kembali populer. Jika Pewawancara tidak mengajukan pertanyaan-pertanyaan ini; pelamar dapat secara sukarela memberikan informasi tersebut dalam percakapan untuk membuat pewawancara terkesan.

Rincian: Kunang-kunang mengingatkan: tua gedung sekolah pengaturan senang anak Sedang melukis dengan metode melukis berdasarkan angka menggunakan cat air di atas kertas bertekstur. Photoshop membuat garis luar siswa dan menambahkan angka.

Desain terminologi

Saat bekerja sama dengan klien untuk menjelaskan solusi grafis, desainer perlu menunjukkan pemahaman tentang tujuan klien dan bagaimana solusi tersebut dapat diterapkan. Berdasarkan pencapaian tujuan tersebut. Kemampuan mereka menggunakan istilah desain grafis profesional kepada orang awam dapat menjadi perbedaan antara

persetujuan atau memulai proses dari awal.

Portofolio sampel

Portofolio desainer grafis mungkin merupakan komponen yang paling dinilai dari sebuah lamaran kerja. Biasanya, portofolio tersebut ada di sebuah situs web, dan ia harus mampu menjelaskan dirinya sendiri. Buku teks ini menyertakan tugas-tugas desain praktis untuk membangun portofolio pengguna. Setiap bab berisi praktikum yang mendeskripsikan proses pembuatan citra menggunakan alat-alat khusus dan kecerdasan buatan generatif. Pendekatan ini memungkinkan mahasiswa desain untuk melihat prosesnya, sehingga meminimalkan kesia-siaan dalam mencoba menentukan metode yang tepat untuk menghasilkan solusi visual.

Diri sendiri kuis

Jika seorang pembelajar hanya membaca sekilas buku tersebut, mereka tidak akan mengingat banyak pengetahuan yang dibutuhkan dalam industri desain grafis. Kuis kemajuan disediakan di pertengahan buku. buku tersebut dan pada bagian penutupnya.



Gambar 1.7 Di Sana Adalah Banyak Pintu Ke Sedang Belajar.

Selama revolusi industri pada tahun 1800-an, produk-produk diproduksi dalam jumlah massal dan para produsen perlu menjualnya. Oleh karena itu, seniman grafis berevolusi. Salah satu contohnya adalah sabun Ivory yang berfokus pada desain kemasan dan konsep periklanan agar mudah diingat. Produk ini menguasai pasar. Kemudian pada abad tersebut, gaya Art Nouveau yang dikembangkan oleh seniman seperti Toulouse Lautrec dan Aubrey Beardsley menjadi gaya utama pertama dalam desain grafis. Hal ini mengangkat persepsi profesi tersebut dari perdagangan seni dan kerajinan menjadi seni yang sah. Seniman yang terlatih secara klasik segera mempelajari seni komersial di sekolah-sekolah untuk menjadi seniman grafis.

Berkat teknologi, desain grafis telah bergeser dari keterampilan yang dipelajari menjadi profesi berbasis pendidikan. Namun, persyaratan untuk menciptakan desain yang sukses tidak berubah hanya itu peralatan telah berubah. Itu pertanyaan memungkinkan itu evaluasi dari A pelajar kemampuan. Para profesional memiliki kemampuan untuk menilai tingkat kompetensi mereka.



Gambar 1.8

Rincian Program kecerdasan buatan daring Pengaturan Adobe Express: Teks, Font Bebas Regular, 230; Garis Luar #3C8FF0 dengan 16 Ketebalan. Efek: Kayu; Membentuk 18 dengan #FFE184; Photoshop: Mode pencampuran Divide, saturasi +40, High Pass 100, Unsharp 40.

1.6 DELAPAN LANGKAH PROSES DESAIN

Proses desain terdiri dari serangkaian tindakan spesifik: Proses ini melibatkan peninjauan ringkasan proyek, riset kompetisi, penyusunan strategi pendekatan, pembuatan sketsa dan opsi tata letak, pemeriksaan menyeluruh terhadap solusi potensial, presentasi hasil, revisi, dan akhirnya pembuatan desain mekanis. Meskipun langkah-langkah ini tidak sempurna, melewatkan atau mengubah urutan tersebut tidak akan secara efektif mendorong kreativitas. Seringkali, desainer grafis harus mengulang tahapan dan memahami bagaimana angka delapan yang diputar ke samping merupakan simbol tak terhingga. Terkadang revisi akan terasa berlangsung selamanya.

Proses konseptualisasi dimulai dengan diskusi awal perihal proyek dengan calon klien. Desainer grafis harus siap untuk mencari dan terus-menerus mencatat informasi. Mereka harus menerima ringkasan tertulis yang mencakup detail kontak perusahaan, jadwal penyelesaian pekerjaan, Dan anggaran. Adalah hal yang bijak jika memberikan keterangan di dalam margin perihal mengenai setiap pertanyaan terkait proyek. Pertimbangkan pertanyaan-pertanyaan berikut untuk pertemuan kreatif:

- A. Siapa terdiri dari itu target hadirin?
- B. Apa adalah itu proyek cakupan, termasuk tujuannya ?
- C. Kapan adalah itu diperkirakan pembayaran untuk itu proyek?
- D. Bagaimana akan itu proyek kesuksesan dievaluasi ?
- E. Di mana akan itu solusi menjadi dieksekusi Dan diterbitkan?
- F. Mengapa apakah mereka memutuskan untuk dipadukan dengan ini media untuk desainnya?

Meskipun mungkin menantang, setelah proyek dimulai, memahami jawaban-jawaban ini akan membuat pendekatan desain menjadi lebih mudah. Istilah "job creep" merujuk pada modifikasi dan revisi proyek oleh klien. Ini adalah masalah umum yang berdampak pada anggaran dan lini masa. Spesifikasi proyek yang ditetapkan bersama akan menjaga fokus klien pada tujuan akhir.

Desainer pemula terkadang memulai dengan *thumbnails* untuk mensketsa ide, tetapi biasanya langsung memulai di komputer dengan ide yang terlintas di kepala mereka yang secara visual tidak memecahkan masalah. Ini bukan proses yang sangat baik untuk menciptakan solusi desain yang memikat.

Desainer grafis profesional menggunakan metode yang mencakup pendefinisian masalah, strategi penelitian, sketsa awal, sketsa komprehensif dan presentasi. Menetapkan pendekatan rutin akan menguntungkan seniman grafis dengan menghemat waktu, mengembangkan ide, dan menciptakan solusi yang komprehensif. Prosesnya dimulai dengan mendefinisikan tujuan desain menggunakan frasa dan deskripsi. Langkah ini akan memandu

eksplorasi, memberikan fokus, dan bermanfaat saat mengevaluasi solusi. Jika seorang desainer khawatir mereka akan melupakan ide yang cemerlang, mereka harus meluangkan waktu sejenak untuk mencatat pemikiran atau mensketsa konsep tersebut tanpa membuat berkas komputer.

Langkah kedua adalah melakukan riset terhadap produk, kompetisi, dan situasi desain yang serupa. Meskipun hal ini dapat membantu desainer merumuskan ide, riset biasanya memaparkan desainer pada gaya dan teknik terbaru yang mungkin tidak terpikirkan oleh mereka sebelumnya. Riset memiliki dua tingkatan. Riset Primer adalah pengumpulan informasi oleh desainer yang belum tersedia sebelumnya, seperti membuat sketsa atau memotret ide-ide desain yang bagus. **Riset Sekunder** adalah ketika seniman grafis membuat pustaka referensi desain mereka sendiri seperti iklan, sampul majalah, sampel warna, gambar yang dramatis, dan teknik penyuntingan.

Rincian palsu intelijen kontekstual tugas batang perintah: #3 dengan gaya pop art; #3 dengan gaya kartun; #3 dengan gaya art deco. Langkah ketiga dalam proses ini adalah mengembangkan strategi pemilihan tipografi, palet warna, gambar, dan menentukan berapa banyak desain contoh yang dibutuhkan untuk mengeksplorasi proyek secara kreatif. Beberapa desainer mengumpulkan ide-ide ini dalam bentuk kolase dan menempatkannya di "dinding ide" atau "papan suasana hati". Strategi ini mungkin mencakup mendefinisikan posisi merek di pasar untuk mencapai tujuan solusi desain.



Gambar 1.9 Angka 3 Dalam Gaya Dengan Ilustrator

Proses pembuatan notasi dan sketsa ini harus diselesaikan dengan cepat agar perancang dapat beralih ke langkah selanjutnya dalam mengeksplorasi ide dengan membuat sketsa sederhana dari ide-ide tersebut. Langkah pembuatan sketsa sangat penting karena memungkinkan desainer untuk dengan mudah menyesuaikan hierarki visual dan kontras sebelum banyak waktu terbuang dengan perangkat lunak. Agar terlihat istimewa, sebuah logo harus dirancang dengan cermat. Mengembangkan koleksi logo-logo unggulan sebagai referensi merupakan tugas penting bagi para calon desainer grafis.

1.7 DI MANA DESAINER BERJUANG

Tipografi, warna, dan jarak merupakan elemen desain yang kerap menjadi tantangan bagi para desainer grafis. Seniman memiliki akses ke jutaan jenis huruf, namun desainer yang kurang berpengalaman cenderung hanya menggunakan font bawaan yang telah tersedia di dalam perangkat lunak. Perlu dicatat bahwa pihak yang menentukan pilihan font bawaan tersebut umumnya adalah pengembang atau programmer. Mereka memang memiliki kreativitas, tetapi diekspresikan dengan pendekatan yang berbeda dari cara berpikir seorang desainer grafis.

Palet warna biasanya dibentuk dengan meniru warna primer, sekunder, dan tersier pada roda warna, dengan jumlah gradasi dan tint yang terbatas. Palet semacam ini jarang disesuaikan dengan karakter atau kebutuhan pasar sasaran. Akibatnya, desainer grafis kembali



memilih warna-warna standar tersebut dalam solusi desain mereka, alih-alih mengembangkan pustaka warna sendiri sebagai acuan dalam proses kreatif.

Konsep ruang merupakan hal yang menantang dalam desain. Tampilan pada monitor tidak mampu merepresentasikan secara akurat ukuran fisik dari hasil akhir sebuah proyek. Desain yang terlihat di layar sering kali tampak jauh lebih besar, sehingga desainer grafis cenderung memenuhi halaman dengan ukuran huruf dan bentuk yang terlalu besar serta tidak proporsional. Padahal, teknik paling efektif dalam desain adalah menciptakan kontras, yang hanya dapat tercapai apabila terdapat ruang yang memadai. Ruang sangat penting untuk membantu pembaca memahami pesan yang disampaikan.

Desainer pemula sering kali membatasi solusi desain mereka dengan hanya menggunakan font dan warna yang sudah disediakan oleh perangkat lunak. Keberhasilan atau kegagalan sebuah desain sangat bergantung pada pemanfaatan ruang. Penggunaan ruang yang tepat tidak hanya mampu mengesankan klien, tetapi juga menarik perhatian audiens yang mungkin tidak menyadari alasan ketertarikan mereka terhadap suatu desain.

Oleh karena itu, tiga aspek penting dalam desain grafis—tipografi, warna, dan ruang—harus dikuasai oleh desainer grafis agar mampu menyajikan solusi yang profesional kepada klien dan, yang lebih penting, mengomunikasikan pesan secara efektif kepada target pasar yang dituju.

1.8 PEKERJA LEPAS

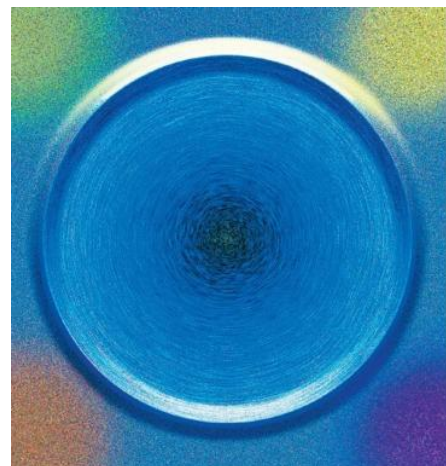
Istilah *freelancer* memiliki asal-usul abad pertengahan yang menarik serta keterkaitan dengan dunia sastra. Istilah ini dipopulerkan oleh Sir Walter Scott melalui novel *Ivanhoe* yang terbit pada tahun 1820. Dalam novel tersebut, istilah ini merujuk pada seorang tentara bayaran abad pertengahan, yang secara harfiah berarti “tombak bebas” (*freelance*). Ia menggunakan senjata berbentuk tombak yang disebut *lance* dan menawarkan jasanya kepada siapa pun yang bersedia membayar.

Kata *freelancer* merupakan gabungan dari kata *free* yang melambangkan kemandirian, dan *lance*. Tidak terikat oleh kesetiaan maupun kewajiban kepada seorang tuan feodal tertentu, ksatria bayaran dalam cerita tersebut siap bertempur untuk pihak yang memberikan bayaran tertinggi.

Rincian Pada prompt generator gambar AI Adobe Firefly: “3D character wearing face



Gambar 1.10



Gambar 1.11 Ilustrasi Solusi Kreatif Di Luar Zona Nyaman Desainer Grafis.



mask in gold leaf silk armor looking at viewer, fantasy medieval” → “Karakter 3D mengenakan penutup wajah dengan zirah sutra berlapis daun emas, menatap ke arah penonton, bertema fantasi abad pertengahan.” Saat ini, istilah *freelancer* merujuk pada para profesional lepas di berbagai sektor yang melayani banyak klien, alih-alih bekerja untuk satu perusahaan saja. Memasuki abad ke-20, istilah *freelancer* semakin populer dan banyak digunakan dalam bidang-bidang seperti jurnalisme, seni, dan teknologi.

Tidak mengherankan apabila para seniman murni memiliki pandangan negatif terhadap desainer grafis, yang secara konsisten mencari peluang kerja lepas untuk menjual kemampuan kreatif mereka demi memengaruhi audiens. Dalam pandangan tersebut, para desainer grafis dianggap telah “menjual jiwa kreatif” mereka demi keuntungan finansial.

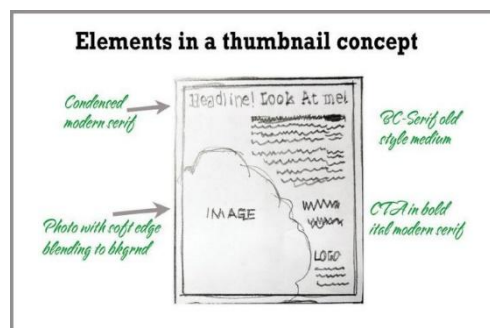
1.9 LINGKARAN ZONA NYAMAN

Desainer grafis sering kali menjumpai ungkapan “*Think outside the box*” saat presentasi dengan klien. Ungkapan ini kerap menandakan ketidaktertarikan klien terhadap desain yang ditawarkan sekaligus kurangnya arah atau gambaran yang jelas dari pihak klien. Demi rasa aman, klien cenderung merasa lebih nyaman dengan konsep desain yang pernah mereka lihat di tempat lain.

Ada kemungkinan desainer sebenarnya telah menyajikan konsep yang inovatif, mencolok, dan mampu menarik perhatian. Namun, di sisi lain, tidak menutup kemungkinan bahwa konsep tersebut memang kurang menarik dan terkesan klise. Inti permasalahannya adalah bahwa kita hidup, berkendara, dan bekerja di dalam ruang-ruang yang terbatas. Oleh karena itu, untuk menciptakan desain yang unik dan inovatif, kita perlu keluar dari zona nyaman serta menantang diri sendiri guna menemukan tata letak yang paling efektif bagi klien.

1.10 DESAIN DALAM PENERBITAN

Desainer dan klien menggunakan banyak istilah yang merujuk pada tingkat penyelesaian suatu gagasan desain. Terkadang klien dan perancang grafis profesional memiliki definisi masing-masing, sehingga disarankan untuk memperjelas istilah-istilah tersebut dalam sebuah pengarahan. Setiap tahapan desain, mulai dari sketsa mini hingga mekanik, memiliki tingkat detail yang semakin banyak dimasukkan ke dalam konsep. Sebagaimana dapat dilihat, sketsa mini memiliki elemen paling sedikit, sehingga memungkinkan eksplorasi ide secara cepat dan bebas. Seiring berlanjutnya proses ke tahap berikutnya, sering kali sketsa mini terlihat lebih menarik karena sifatnya yang longgar dan kreatif. Namun, ketika konsep dikembangkan menjadi komprehensif dengan detail yang lebih lengkap, terkadang energi dan ruang dari konsep awal justru berkurang.



Gambar 1.12 Tata Letak Dari Gambar Kecil

Gambar Mini(Thumbnail)

Sketsa mini (thumbnails) adalah gambar sketsa tangan berukuran kecil dari konsep-konsep yang dapat merangsang otak untuk bekerja di luar zona nyamannya dan bereksperimen dengan berbagai pendekatan kreatif. Pada bagian tepi di sekitar sketsa mini, dapat dicatat keterangan mengenai warna, pencahayaan, dan gaya.

Dasar Gambar mini Elemen

Fungsi utama sketsa mini adalah memungkinkan perancang grafis untuk menata elemen-elemen dengan cepat dan tanpa usaha berlebih. Gambar sebaiknya digambarkan secara longgar pada posisinya. Judul utama perlu diblok secara kasar dengan catatan di bagian tepi untuk menunjukkan jenis huruf yang digunakan. Garis atau coretan seragam digunakan untuk menandai blok teks. Gambarlah bingkai untuk menunjukkan area potong dan untuk menilai penggunaan ruang. Logo harus ditempatkan, baik dalam bentuk teks maupun sebagai representasi kasar dari bentuknya.



Gambar 1.13 Thumbnail Dan Final Papan Iklan Neal Hettinger

Ruffs Juga diketahui sebagai Tata Letak

Tata letak digital longgar merupakan beberapa pilihan desain berbeda dalam ukuran penuh, dengan teks semu dan gambar yang telah ditempatkan, yang dapat ditunjukkan kepada direktur seni atau tim curah pendapat. Tata letak ini dapat digunakan untuk memeriksa apakah seluruh elemen dari pengarahan desain telah disertakan. Perancang cenderung menyukai ruang kosong, sehingga terkadang melupakan beberapa elemen dan mengorbankan pesan demi alur visual.

Tata letak tersebut merupakan konsep berbasis komputer, biasanya berukuran setengah hingga ukuran penuh, yang sudah menggunakan pilihan jenis huruf sebenarnya untuk judul utama serta menempatkan gambar atau sketsa secara longgar, dengan teks semu sebagai penanda penempatan isi utama. Perancang grafis menampilkan gagasan-gagasan ini kepada direktur seni dan menggunakannya untuk mengolah detail guna mempersempit arah desain.

Desain Komprehensif Atau Komp

Tata letak digital ukuran penuh yang cukup ketat dari beberapa pilihan desain berbeda, dengan teks sebenarnya dan gambar yang telah ditempatkan, yang ditampilkan kepada direktur seni dan kemungkinan juga kepada klien. Sekali lagi, perancang grafis harus melakukan pemeriksaan ulang untuk memastikan bahwa seluruh elemen telah disertakan.



Tiruan Visual (Mockups)

Jika proyek tersebut berupa kemasan atau memiliki bentuk potongan, maka replika tiga dimensi dari desain tersebut harus dipresentasikan kepada klien untuk menyampaikan desain tersebut. Seringkali, setelah merakit semua komponen untuk membuat model 3D, desainer grafis akan menemukan kekurangan dalam desain. Lebih baik meluangkan waktu untuk membuat mockup daripada melihat kesalahan pada hasil cetak.

Mekanik

Karya siap kamera dahulu merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan karya akhir yang telah selesai. Dengan hadirnya mekanik akhir digital, istilah tersebut kini menjadi usang. Untuk memastikan setiap elemen memiliki resolusi tinggi dan ditempatkan secara akurat, berkas siap cetak harus diperiksa. Diperlukan pemeriksaan terhadap foto yang telah diperbaiki dalam mode warna dan resolusi yang tepat. Pemotongan, area lebih cetak, tanda registrasi, serta bilah warna merupakan bagian dari mekanik. Jika memungkinkan, sediakan hasil cetak warna yang telah dikoreksi agar operator mesin cetak dapat mencocokkannya. Umumnya, berkas mekanik dikirim ke perusahaan percetakan atau dikirim melalui surel dalam format PDF.

Model tiruan (Dummy)

Apabila desain dilipat, berbentuk tiga dimensi, atau memiliki potongan cetak, maka hasil cetak akhir dari desain—yang juga disebut model tiruan atau model tiruan lipat harus dikirimkan kepada pihak percetakan. Gunakan jenis kertas yang serupa untuk prototipe guna memastikan bahwa percetakan memahami konfigurasi lipatan dari mekanik datar.

Bukti cetak (Proof)

Sebelum proses pencetakan dimulai, pihak percetakan biasanya meminta persetujuan akhir dari perancang grafis terhadap berkas siap cetak (press-ready file). Persetujuan tersebut dapat diberikan dalam bentuk berkas PDF, contoh digital, atau bukti fisik yang dihasilkan dari proses cetak percobaan.

1.11 TEKNIK KETENTUAN DARI GRAFIS DESAIN

Teks semu (Greeking)

Teks semu adalah teks pengganti untuk tata letak desain, yang biasanya diwakili oleh bahasa Latin “Lorem ipsum dolor sit amet.” Penggunaan teks ini memungkinkan direktur seni dan penulis naskah melihat perencanaan penempatan teks dalam desain.

Area gambar (Image Area)

Area gambar adalah area di dalam batas potong, tempat teks seharusnya ditempatkan. Tidak ada teks yang boleh melewati batas ini, karena berisiko terpotong pada tahap pemangkasan pasca-cetak.

Batas potong (Trim)

Batas potong adalah **tepi desain** tempat **percetakan** akan **memotong sisa bahan cetak** yang berlebih.

Area lebih cetak (Bleed)

Area lebih cetak adalah warna atau gambar yang melewati tepi dokumen dan akan



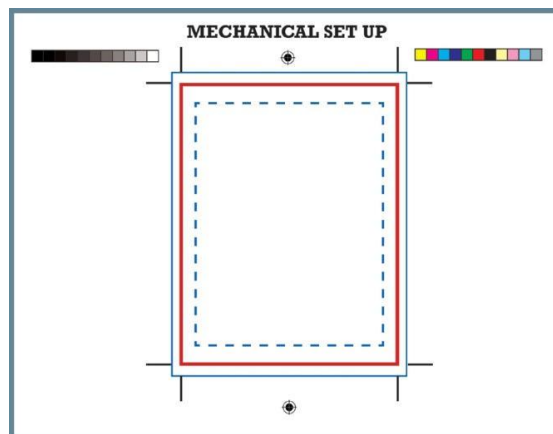
dipotong pada proses pasca-cetak. Area ini memungkinkan hasil cetak tanpa bingkai putih. Umumnya, area lebih cetak berukuran seperdelapan inci di setiap sisi.

Elemen (Elements)

Elemen adalah seluruh komponen yang membentuk suatu desain grafis.

Judul (Heading)

Selalu tuliskan judul utama dengan huruf balok. Judul utama merupakan pengait untuk menarik pembaca agar membaca iklan. Pilihlah jenis huruf yang merepresentasikan pesan, buat judul artistik yang menarik perhatian, atau sesuaikan font dengan perumusan kata yang cerdas atau bersifat humoris.



Gambar 1.14 Contoh Tata Letak Dasar Ketentuan Digunakan Oleh Desainer Grafis.

1.12 JABATAN DALAM PERUSAHAAN DAN FIRMA

Peran dan jabatan berikut akan bervariasi tergantung pada ukuran dan fokus agensi, namun semuanya berkontribusi terhadap proses kreatif secara keseluruhan dalam desain grafis. Di pasar atau perusahaan yang lebih kecil, karyawan dapat menjalankan kombinasi beberapa tanggung jawab sekaligus.

Perancang grafis junior (Junior Graphic Designer)

Posisi ini umumnya berfokus pada pembuatan proyek-proyek dasar dan penyusunan elemen-elemen desain untuk membantu perancang senior. Ini merupakan posisi tingkat pemula yang dapat menangani pencadangan berkas dan pembuatan visual. Perancang grafis junior seharusnya menerima bimbingan, pendampingan, dan pengawasan dari perancang senior.

Perancang grafis (Graphic Designer)

Ini merupakan posisi pekerja utama dalam sebuah perusahaan atau firma. Mereka diharapkan memahami seluruh aspek dari berbagai proyek desain untuk media cetak, web, dan media sosial. Perancang ini akan menyusun solusi desain dengan tingkat pengawasan tertentu dari direktur seni serta arahan kreatif yang diberikan oleh direktur kreatif.

Perancang grafis senior (Senior Graphic Designer)

Selain bertanggung jawab atas kampanye berskala besar, perancang grafis senior juga bekerja sama dengan penulis naskah (copywriter) serta memimpin tim kreatif. Mereka

memberikan bimbingan kepada perancang yang kurang berpengalaman dan menghadiri rapat penentuan arah kreatif bersama direktur seni (A.D.) dan direktur kreatif (C.D.).

Direktur seni (Art Director / A.D.)

Direktur seni, yang sering disebut A.D., memiliki tugas mengelola perancang, seniman retouch, dan fotografer dalam timnya, serta mengarahkan mereka dalam produksi konsep desain, presentasi, revisi, dan mekanik. A.D. berfokus terutama pada aspek visual suatu proyek. Mereka mengawasi pelaksanaan elemen visual, seperti fotografi, tipografi, tata letak, dan skema warna, guna memastikan tampilan dan nuansa proyek selaras dengan pengarah kreatif. Peran ini bersifat lebih langsung dalam bekerja dengan perancang dan menjaga kualitas artistik hasil kerja. Direktur seni melapor kepada direktur kreatif.

Direktur kreatif (Creative Director / C.D.)

Posisi direktur kreatif, yang disebut C.D., bertanggung jawab atas arah solusi kreatif dalam sebuah perusahaan atau kampanye pemasaran. Mereka membawahi sejumlah direktur seni dan tim kreatif. Jika bekerja di dalam perusahaan, mereka berkolaborasi dengan kepala penjualan dan pemasaran untuk menjaga fokus pada merek. Jika bekerja di agensi atau firma, mereka bekerja sama dengan eksekutif akun dan klien untuk menghasilkan solusi terbaik. Peran ini mencakup pemanduan aspek visual dan konseptual, pengelolaan nada, pesan, dan penceritaan, serta penetapan visi menyeluruh bagi merek atau proyek, sekaligus memastikan seluruh elemen kreatif bekerja secara terpadu dan selaras.

Demonstration – Thumbnail use

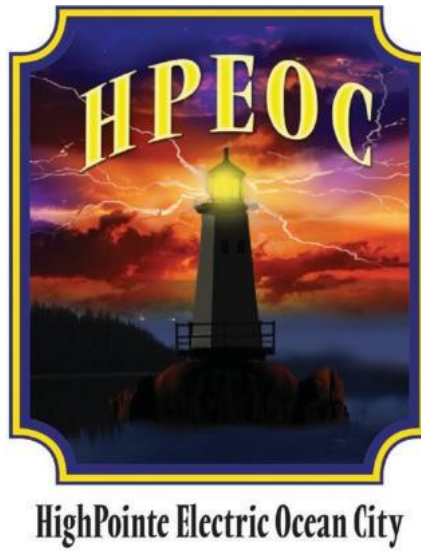
Seorang teknisi listrik di New England menginginkan logo berwarna cerah dan menarik perhatian. Di dekat kantornya terdapat sebuah mercusuar yang ingin ia jadikan bagian dari desain. Setelah meninjau kembali catatan dari pertemuan dengan klien, saya membuat coretan berupa sejumlah sketsa. Sketsa mini tersebut menunjukkan jenis huruf dan penempatannya dalam kaitannya dengan ilustrasi mercusuar.

1. Sketsa-sketsa cepat ini merupakan sebagian kecil dari banyak sketsa mini yang digambar untuk mengeksplorasi arah desain logo.



Gambar 1.15

2. Konsep-konsep desain didasarkan pada sketsa mini. Selanjutnya, tata letak komprehensif dipersempit jumlahnya. Saya tidak ingin membebani klien. Desain logo akhir mencakup masukan dari klien.



Gambar 1.16

BAB 2

DASAR-DASAR KOMPOSISI

2.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembaca akan mampu menyebutkan nama desainer terkenal beserta gaya mereka. Mereka akan mampu menjelaskan perlunya desain grafis. Pembaca akan mampu menunjukkan penekanan melalui pemotongan gambar.

Profesional Terminologi

Asimetris:	Tata letak elemen yang seimbang secara visual tetapi tidak dicerminkan secara vertikal maupun horizontal.
Keseimbangan:	Kondisi ketika bobot visual elemen-elemen dalam tata letak terasa selaras.
Chiaroscuro:	Efek cahaya dan bayangan untuk menciptakan dimensi pada sebuah gambar.
Komposisi:	Penempatan dan struktur elemen grafis ke dalam satu desain yang padu.
Kontras:	Elemen-elemen yang berbeda secara visual dan mampu menarik perhatian.
Kritik:	Proses evaluasi yang mencakup umpan balik positif dan negatif.
Desain:	Susunan kreatif elemen-elemen untuk menyampaikan sebuah pesan.
Titik Fokus:	Area paling menonjol dalam komposisi yang menarik perhatian pembaca.
Rasio Emas:	Hubungan dasar antar elemen untuk menciptakan rasa keseimbangan dalam desain.
Kisi:	Sistem struktur yang digunakan dalam tata letak desain.
Hierarki:	Pengurutan elemen berdasarkan tingkat kepentingannya.
Narasi:	Cerita atau pesan yang dibangun dalam sebuah desain.
Desain Objektif:	Perencanaan desain yang memanfaatkan hasil penelitian dan pengujian untuk menyusun proyek.



Gambar 2.1 Pesan Visual Pada Lorong Toko

2.2 KEBUTUHAN AKAN DESAIN GRAFIS

Revolusi Industri pada awal tahun 1800-an menciptakan kebutuhan akan desain grafis. Pada masa itu, perekonomian Amerika Serikat bertransformasi dari produksi barang secara manual menjadi penggunaan mesin, sehingga kota-kota besar tiba-tiba dibanjiri oleh barang. Para produsen menyadari bahwa mereka perlu menjual barang dalam jumlah besar kepada masyarakat. Mereka membutuhkan cara berkomunikasi yang lebih efektif dibandingkan hanya berdiri di sudut jalan untuk menjajakan dagangan. Oleh karena itu, mereka memerlukan periklanan dan selebaran untuk melakukan komunikasi massal, menyampaikan ketersediaan produk, serta mendorong calon konsumen masuk ke toko dan membeli produk mereka.

Setelah konsumen berada di dalam toko, para produsen membutuhkan kemasan dan penanda visual yang terus meyakinkan konsumen mengenai manfaat produk mereka. Dua ratus tahun kemudian, pemasaran telah meluas ke hampir seluruh media. Produk, jasa, informasi, berita, atau apa pun yang berpotensi dibayar untuk digunakan, dipromosikan. Jika sesuatu dipasarkan secara visual, maka dibutuhkan perancang grafis. Pemasaran telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari hingga hanya sedikit pesan yang benar-benar terlihat atau diingat.

Para pembeli terpapar lebih dari 4.000 iklan per hari, yang mencakup iklan cetak, penanda visual, balutan kendaraan, papan reklame, majalah, media sosial, serta penelusuran internet. Untuk pencitraan merek, calon pembeli diperlihatkan lebih dari 5.000 logo per hari, seperti pada pakaian, penanda, topi, spanduk, kantong belanja, dan label. Media sosial saja menghabiskan lebih dari Rp.1.730 miliar untuk periklanan pada tahun 2022.

Dengan mempertimbangkan besarnya anggaran pemasaran, menjadi jelas bahwa terdapat kebutuhan akan komunikator visual yang terdidik, sehingga desain grafis merupakan bidang yang terus berkembang. Mahasiswa yang menempuh karier di bidang desain grafis sebaiknya mempelajari media cetak dan internet, namun tidak mengesampingkan desain grafis bergerak yang digunakan dalam berita streaming, acara olahraga, dan presentasi.

Sebagai catatan penegasan, tidak semua bentuk komunikasi visual harus dirancang oleh perancang grafis. Jika berupa buku petunjuk, label peringatan, label hukum, label ukuran, atau bentuk informasi lainnya, seseorang yang memiliki pemahaman dasar tentang tata letak sudah dapat membuatnya.

2.3 INSPIRASI

Meskipun mengamati desain modern dan praktik teknis terkini memiliki banyak manfaat, perancang grafis juga meninjau gaya-gaya masa lalu dan solusi desain dari berbagai budaya untuk memperoleh ide. Sebelum memulai sketsa mini, perancang grafis sebaiknya melakukan riset terhadap industri-industri kreatif visual lainnya. Untuk mempelajari struktur, bentuk, tekstur, dan wujud, dapat dilakukan kajian terhadap desain arsitektur, desain



Gambar 2.2 Biarkan Ide Kreatif

otomotif, dan desain hiburan. Sementara itu, untuk warna, dapat meneliti desain interior, mode, cat, serta prakiraan warna Pantone, yang semuanya merupakan sumber rujukan yang baik.

Rincian generator gambar Kecerdasan Buatan Firefly: menampilkan perancang grafis dengan berbagai gagasan serta beragam pendekatan visual terhadap bentuk lampu pijar. Komposisi dibuat menggunakan perangkat lunak manipulasi gambar Photoshop, dengan memanfaatkan bilah kontekstual untuk memilih subjek dan menambahkan latar belakang. Setiap perancang grafis yang berhasil dan dihormati memiliki filosofi dan pendekatan tersendiri dalam menciptakan solusi visual. Setelah melakukan pertemuan dengan klien atau eksekutif akun, mereka dapat menelusuri hasil riset atau koleksi perpustakaan pribadi yang berisi pendekatan desain menarik. Mereka juga dapat melakukan tukar pendapat/ide bersama rekan sesama desainer, atau justru menjauh sejenak dan tidak memikirkan permasalahan tersebut selama beberapa hari membiarkan alam bawah sadar mereka mengalirkan ide-ide.

Metode-metode tersebut membantu perancang grafis untuk mengorganisasi pikiran, mengeksplorasi solusi kreatif, serta mematangkan konsep sebelum mengolah pesan. Perancang grafis memiliki berbagai alat kerja, mulai dari menggunakan tangan secara langsung untuk menyusun desain hingga memanfaatkan perangkat lunak komputer. Setiap proyek selalu berkaitan dengan menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan.



Gambar 2.3 Tipografi Dengan Struktur Blok Yang Muncul Secara Alami

Terkadang terjadi perkembangan yang tidak direncanakan ketika seorang perancang grafis sedang mengejar solusi visual yang menarik. Perangkat lunak secara tidak disengaja dapat menghasilkan sesuatu melalui jenis huruf, gambar, atau warna yang kemudian dikenali oleh perancang sebagai sebuah “kebetulan yang membahagiakan (happy accident)”, dan selanjutnya dikembangkan untuk menyelesaikan permasalahan desain. Inilah bagian menyenangkan dari desain, yaitu menikmati dan memanfaatkan hal-hal yang tidak direncanakan. Inspirasi tidak dapat direncanakan. Barangkali, bagian tersulit dalam desain adalah mengenali kapan harus memanfaatkan perkembangan yang tidak terduga dan



Gambar 2.4 Iklan Dengan Latar Fotografi Naratif

kapankapan harus membuangnya.

Banyak Perancang Grafis Mendekati Desain Sebagai Upaya Menciptakan Narasi Visual Tentang Produk Atau Layanan, Sehingga Mudah Diingat Oleh Pengamat. Teknik Ini Biasanya Melibatkan Gambar, Namun Jenis Huruf Juga Dapat Menyampaikan Waktu Atau Tempat. Warna Akan Menetapkan Latar, Dan Konten Memulai Pesan.

2.4 DASAR-DASAR KOMPOSISI YANG MENARIK

Seniman grafis akan menggunakan aturan dan pedoman desain dasar yang sama ketika membuat label botol vitamin maupun ketika menyusun papan reklame. Inilah yang disebut elemen-elemen komposisi. Ketika digunakan pada skala yang tepat, komponen desain harus bekerja secara selaras. Beberapa perancang mengalami kesulitan dalam menghasilkan ide yang bagus, sementara perancang komersial lainnya memiliki banyak ide, tetapi tidak dapat menentukan mana yang merupakan solusi terbaik. Memahami unsur-unsur ini memungkinkan perancang grafis membedakan yang baik dan buruk, sederhana dan berlebihan, serta selesai atau membutuhkan penyempurnaan lebih lanjut.

Komposisi adalah bentuk dan struktur yang muncul dari penataan elemen grafis satu sama lain sehingga menciptakan pesan visual yang padu. Perancang grafis menyusun jenis huruf, warna, tekstur, bentuk, garis, gambar, dan kedalaman menjadi sebuah susunan ruang. Mereka perlu menarik perhatian pemirsa. Cara untuk mencapai tujuan ini hampir tak terbatas. Mereka memulai dengan riset dan kemudian mempersempit opsi yang tersedia. Semua orang memiliki ide, tetapi tidak semua ide bagus. Menilai solusi desain bisa sulit. Salah satu cara adalah dengan memeriksa tujuan utama desain. Desain harus memiliki titik focus yang akan mengarahkan pembaca melalui hierarki elemen, menciptakan alur visual dari bagian pesan yang paling penting hingga yang paling tidak penting.

Panduan untuk **menciptakan desain berkualitas** dikenal dengan **CARP**, sebuah akronim dari: C – Kontras (Contrast), A – Penyelarasan (Alignment), R – Repetisi (Repetition), P – Kedekatan (Proximity). CARP membantu perancang grafis dalam menata seluruh elemen desain secara sukses.

Kontras

Kontras dianggap sebagai teknik paling penting dalam desain. Untuk menarik perhatian pemirsa, tata letak tidak boleh memperlakukan semua fitur sama rata—harus ada titik fokus. Hal ini dapat dicapai melalui skala, warna, dan ruang. Saat merancang tata letak, sebaiknya memiliki atribut besar, sedang, dan kecil untuk menarik perhatian pengamat.

Untuk menciptakan kontras, skala harus diterapkan pada semua elemen, dengan satu item yang mendominasi elemen lainnya. Untuk mengarahkan pandangan pemirsa, kontras



Gambar 2.5 Iklan Bus Dengan Kontras Cropping



dapat digunakan untuk membuat hierarki visual. Pembaca ingin melihat sebuah pesan dengan cepat. Tata letak akan menunjukkan apa yang paling penting—menarik perhatian calon konsumen—lalu mengarahkan mereka melalui informasi relevan menuju merek atau logo perusahaan yang mudah diingat. Hierarki visual menunjukkan apa yang harus dilihat selanjutnya dan menandai apa yang tidak penting melalui ukuran dan warna, misalnya hak cipta.

Kontras menciptakan minat visual dan fokus, sehingga menarik perhatian pemirsa ke tata letak. Gunakan warna, bentuk, dan gambar yang berbeda di halaman untuk menciptakan kontras. Sesuaikan elemen secara tepat atau buat mereka unik satu sama lain. Pemirsa tertarik pada desain yang memiliki kontras menarik. Misalnya, lihat lantai ubin (tile floor) dengan jarak, tekstur, dan ukuran yang seragam. Berapa lama seseorang akan melihat lantai jika yang terlihat hanya ubin dengan tekstur dan warna yang sama? Mereka akan cepat melanjutkan melihat bagian lain rumah dan menemukan karpet yang menarik. Tidak ada perancang kreatif yang ingin tata letaknya diabaikan begitu saja.

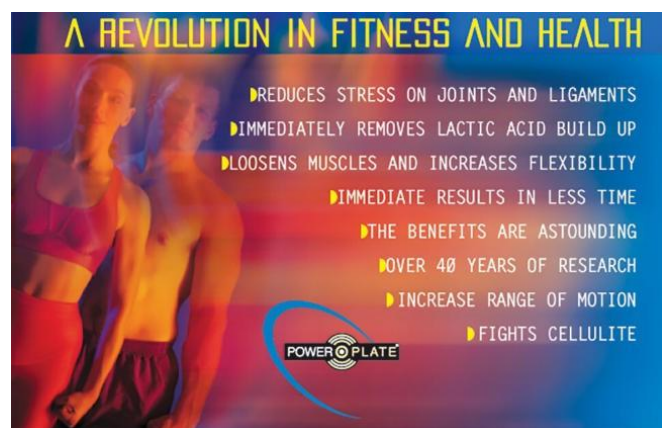
Tidak ada keterampilan desain yang lebih efektif daripada cara perancang komersial menciptakan kontras. Perancang grafis menciptakan kontras melalui skala: besar, sedang, dan kecil diterapkan pada gambar, jenis huruf, dan ruang. Terang, sedang, dan gelap diterapkan pada semua elemen dalam tata letak dan ruang di sekitarnya. Jika semua elemen sama ukuran, warna, dan tekstur, seharusnya perancang membuat lantai ubin, bukan komunikasi visual.

Ada empat kontras warna utama. Penempatan warna harus dipertimbangkan secara cermat: Gelap/Terang – kontras relatif antara nilai warna. Terang/Pucat – kontras relatif antara intensitas warna. Hangat/Dingin – kontras relatif antara suhu warna. Besar/Kecil – proporsi relatif satu warna terhadap warna lain, dengan satu warna biasanya mendominasi. Hitam dan kuning adalah dua warna yang paling kontras.

Penyelarasan

Kekuatan penyelarasan dalam desain sering kali diabaikan. Menyelaraskan elemen-elemen untuk menciptakan rasa keteraturan dan kesatuan akan meningkatkan komposisi. Aturan dasar adalah menggunakan hanya dua jenis penyelarasan dalam sebuah tata letak. Jika lebih dari itu, desain akan terlihat tidak terstruktur atau tidak terorganisir. Jenis Penyelarasan Dasar:

1. Tengah – gambar dan teks disejajarkan di tengah satu sama lain.
2. Rata Kiri – konten disejajarkan sepanjang sisi kiri.



Gambar 2.6 Tipografi Rata Kanan Pada Kartu

3. Rata Kanan – elemen disejajarkan sepanjang sisi kanan.
4. Rata Kanan-Kiri – jenis huruf disesuaikan melalui kerning dan tracking untuk menghasilkan tepi kiri dan kanan yang rata.
5. Rata Atas – bagian atas gambar disejajarkan.
6. Rata Bawah – bagian bawah setiap gambar disejajarkan dengan bawah gambar lainnya.

Desainer pemula biasanya menyelaraskan konten di tengah, yang telah menjadi praktik selama seratus tahun pertama desain grafis. Penyelarasan ini aman dan, jika terdapat ruang, tidak menimbulkan masalah bagi pembaca.

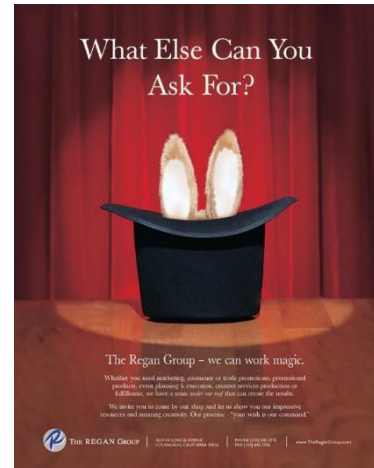
lebih dari lima baris konten akan sulit dibaca jika dipusatkan. Seseorang akan kesulitan mengikuti konten dan menemukan awal baris berikutnya. Ketika mereka merasa frustrasi, mereka akan beralih ke halaman lain.

Penyetelan rata kiri lebih mudah dibaca karena memungkinkan mata untuk lebih cepat menemukan baris teks berikutnya. Gambar dapat diseimbangkan dengan isi teks utama dengan penyetelan rata kiri.

Teks Rata Kanan-Kiri diatur sedemikian rupa agar sisi kiri dan kanan dari blok konten sejajar. Penyelarasan ini dapat menimbulkan masalah akibat jarak antar kata dan karakter. Jenis huruf tidak boleh terlalu besar, dan spasi antar baris perlu mendukung keterbacaan. Celah antar kata dapat membentuk ruang terbuka di beberapa baris yang disebut sungai. Pemenggalan kata dapat membantu, tetapi sebaiknya dibatasi seminimal mungkin.

Pengulangan

Pemirsa cenderung mencari bentuk dan gambar yang berulang yang dapat mengikat tata letak menjadi satu kesatuan. Repetisi dalam proyek multi-halaman seperti majalah, buletin, laporan tahunan, dan katalog menciptakan rasa kesatuan dan keterbiasaan. Menggunakan elemen serupa membangun konsistensi sepanjang desain. Warna, tekstur, dan bentuk adalah komponen yang jelas, namun penyelarasan yang konsisten dan pemilihan jenis huruf sama pentingnya. Menggunakan lebih dari tiga jenis huruf akan membuat desain sibuk dan sulit dibaca. Frekuensi pengulangan elemen visual meningkatkan kemungkinan elemen tersebut diingat oleh pengamat.



Gambar 2.7 Tata Letak Rata Tengah Dengan Dasar Elemen Yang Seimbang



Gambar 2.8 Logo Rata Kiri Pada Landing Page



Gambar 2.9 Pola Latar Repetitif Yang Terinspirasi Dari Objek Foto

Identitas Merek menciptakan pengenalan visual yang mudah dikenali bagi para pembeli. Menerapkan fitur desain yang sama di berbagai platform atau produk, seperti situs web, brosur, atau postingan media sosial, akan memperkuat identitas merek. Mengulang cara penyajian logo dengan warna dan tipografi yang konsisten membangun pengakuan merek yang kuat.

Kedekatan

Ketika elemen-elemen yang terkait ditempatkan berdekatan satu sama lain, hal ini menunjukkan adanya hubungan antar elemen. Dengan menyusun bagian-bagian tata letak dalam seksi-seksi, perancang grafis memanfaatkan prinsip Kedekatan untuk membantu menciptakan keteraturan dan hierarki visual.

Prinsip ini memungkinkan pembaca untuk melewati konten yang secara hukum harus ada dalam tata letak tetapi tidak penting bagi pesan utama. Komposisi yang terencana dengan baik membuat konten lebih mudah dinavigasi dan menghasilkan pesan yang menarik bagi pemirsa. Pendekatan ini memungkinkan perancang grafis untuk menyoroti elemen yang paling penting guna menarik perhatian.

2.5 KESEIMBANGAN

Pembaca tidak ingin bersusah payah memahami pesan. Desain harus menarik dan mudah dipahami. Ada berbagai cara untuk mencapainya, namun semuanya berawal dari keseimbangan. Mata manusia secara alami



Gambar 2.11 Pengelompokan Teks Padat Untuk Efisiensi

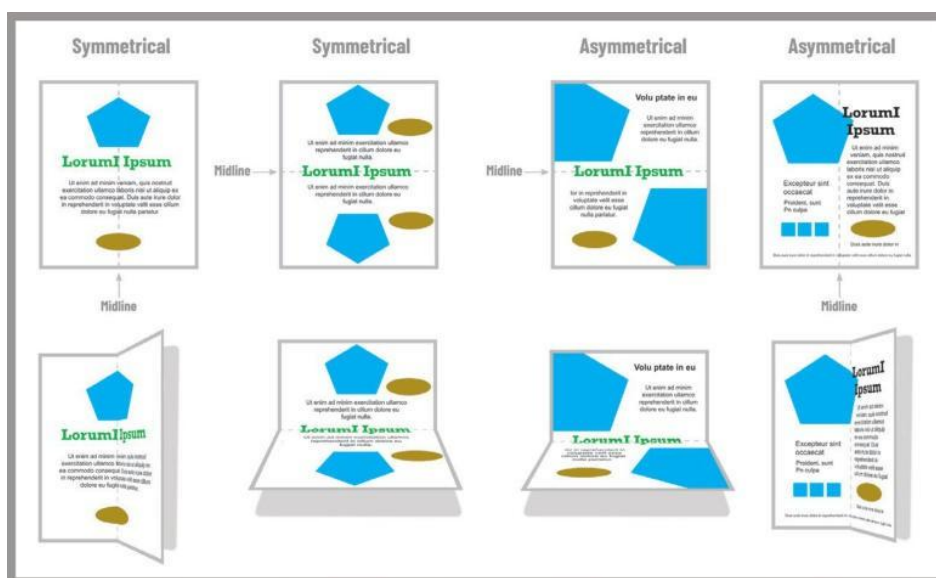


Gambar 2.12 Desain Tata Letak Simetris

tertarik pada tata letak yang seimbang, baik melalui elemen desain maupun penggunaan ruang. Struktur yang baik membantu pembaca dengan cepat memahami pesan dan menentukan apakah mereka ingin membaca lebih lanjut.

Peran Garis Tengah

Pada setiap bidang desain baik kertas maupun sisi kemasan terdapat garis imajiner vertikal atau horizontal di tengah yang membagi bidang menjadi dua bagian sama besar. Saat elemen grafis ditempatkan di layar, desainer menganalisis hubungan tiap komponen terhadap garis tengah untuk menilai keseimbangan dan alur visual, lalu menentukan jenis keseimbangan yang paling tepat digunakan.



Gambar 2.13 Komposisi dasar berbasis garis tengah

Tata letak simetris memiliki keseimbangan yang sama di kedua sisi sumbu, di mana elemen saling mencerminkan. Susunan ini menciptakan struktur yang rapi dan stabil sehingga mudah diikuti oleh mata. Poster dan desain logo sering menggunakan komposisi simetris. Dalam keseimbangan tradisional ini, gambar besar dan judul biasanya dipusatkan pada garis tengah. Tipografi dapat menggunakan huruf kapital dengan jarak antarakhuruf, serta tambahan font dekoratif, skrip, atau simbol. Konten isi dan baris teks diatur dengan bobot visual yang setara di kedua sisi garis tengah. Secara umum, keseimbangan simetris memberikan kesan stabil, teratur, dan alur visual yang mudah diikuti.



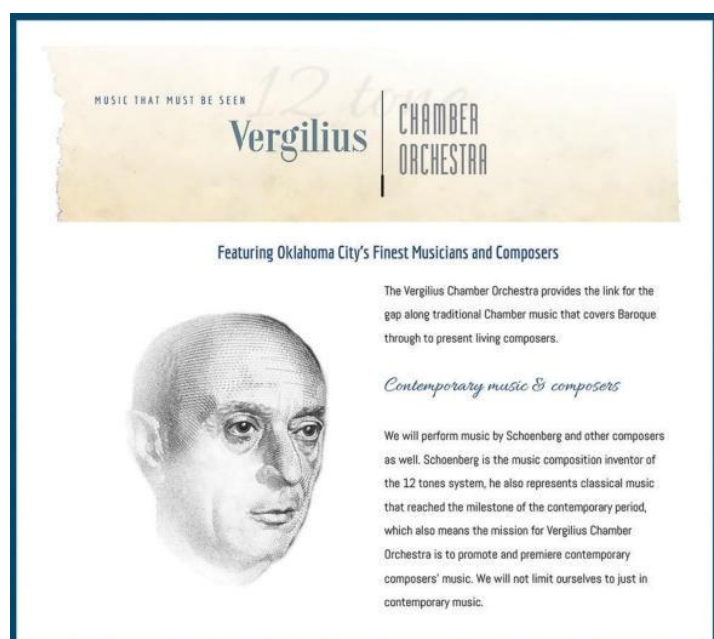
Gambar 2.14 Tata Letak Asimetris Yang Menciptakan Ketegangan

Tata letak seimbang asimetris dapat menciptakan visual yang lebih dinamis dan menarik perhatian audiens. Prosesnya memerlukan waktu serta percobaan berulang untuk mengimbangi elemen yang ditempatkan menjauh dari garis tengah. Misalnya, gambar besar di satu sisi dapat diimbangi dengan teks, beberapa gambar kecil, atau ruang negatif. Dalam komposisi asimetris, elemen tidak saling mencerminkan, tetapi tetap menyeimbangkan bobot visual (ukuran, warna, tekstur, dan nilai) agar tercipta alur visual yang harmonis.

Preferensi terhadap keseimbangan juga dipengaruhi oleh target audiens, sehingga desainer perlu memahami karakter pasar sasaran sebelum menentukan pendekatan tata letak. Secara historis, komposisi asimetris berkembang sejak 1920-an melalui aliran Bauhaus di Jerman yang bereksperimen dengan sumbu tidak terpusat dan penggunaan ruang yang dinamis. Gaya ini menolak ornamen berlebihan dan lebih memilih tipografi sans serif yang sederhana, yang kemudian memengaruhi Swiss design dengan ciri ruang dinamis dan tipografi bersih.

Saat ini, banyak desainer mengombinasikan simetri dan asimetri berdasarkan hierarki visual dan pesan yang ingin disampaikan. Pemilihan bentuk harus selalu didasarkan pada fungsi desain. Secara umum, keseimbangan komposisi terbagi menjadi simetris dan asimetris, dengan tujuan utama mendistribusikan bobot visual secara tepat agar pesan mudah dipahami dan menarik bagi pembaca.

Tingkat kedua keseimbangan dapat dicapai dengan menggunakan sistem



Gambar 2.15 Perpaduan Elemen Rata Tengah Dan Asimetris



grid, di mana beberapa blok menampung elemen besar dan kelompok elemen kecil. Meskipun tata letak dapat terlihat acak, penempatan setiap elemen yang saling mengimbangi secara visual akan menghasilkan komposisi yang harmonis melalui proses eksperimen. Ruang juga memiliki bobot visual dan harus diperhitungkan dalam menstabilkan elemen desain.

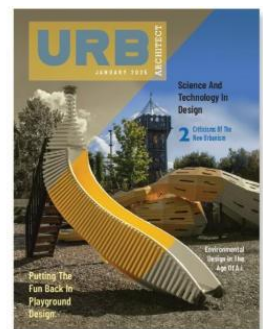
Tingkat ketiga keseimbangan berkaitan dengan perdebatan antara konten teks dan citra visual. Desainer perlu menentukan apakah tipografi atau gambar menjadi elemen dominan. Pertanyaan utamanya adalah apa yang pertama kali menarik perhatian pembaca, bagaimana mata diarahkan menyusuri halaman, serta elemen apa yang mampu mempertahankan keterlibatan pembaca untuk terus menelusuri desain.

2.6 STRUKTUR TATA LETAK

Amati secara mendalam sebuah tata letak yang dirancang dengan baik. Perhatikan penggunaan ruang positif dan negatif, kontras yang dihasilkan oleh perbedaan skala dan tonal, tekstur, serta—ketika dianalisis lebih jauh—gagasan konseptual yang melandasi desain tersebut. Dalam beberapa kasus, seluruh elemen telah ditata secara tepat sehingga menghasilkan keseimbangan, alur visual, dan daya tarik grafis yang kuat. Namun, penambahan satu elemen, atau perubahan panjang–pendeknya teks maupun judul, dapat mengganggu keseimbangan komposisi. Salah satu teknik sederhana adalah menyipitkan mata saat melihat desain untuk mengidentifikasi bagian yang perlu disesuaikan.

Terkadang, ketika elemen-elemen yang tidak terduga ditambahkan ke dalam komposisi, dasar konsep desain menjadi hilang dan tata letak terasa canggung. Apabila desain benar-benar tidak berfungsi dengan baik, perancang grafis perlu memulai kembali dari awal. Struktur keseluruhan seharusnya mampu menopang seluruh elemen dalam satu tata letak yang kohesif.

Sepanjang sejarah, seni visual telah mengembangkan berbagai “trik” komposisi tata letak. Meskipun pedoman ini tidak bersifat wajib, penerapannya dapat menghemat waktu dan



Gambar 2.16 Pola Kisi Pengatur Informasi Sampul Majalah

usaha. Salah satu tata letak yang populer dan sering digunakan oleh perancang katalog dan majalah adalah sistem grid. Penempatan berbagai elemen ke dalam kolom, margin, serta area khusus untuk teks dan gambar menjaga konsistensi struktur dari halaman ke halaman, terutama dalam rangkaian halaman yang berkelanjutan. Kesenambungan yang dihasilkan melalui struktur tak terlihat dari elemen-elemen desain ini menciptakan kerangka visual bagi pembaca, yang menyelaraskan elemen-elemen untuk mencapai kesederhanaan, kesatuan, dan keterbacaan. **Praktikum:** Fotografi Adobe Stock mengharuskan area gambar diperbesar pada bagian atas dan bawah agar melampaui batas potong halaman (*bleed*). Alat stempel (*stamp tool*), pengisian generatif (*generative fill*), dan kuas (*brush*) digunakan untuk

menghasilkan citra yang menyatu secara mulus. Bilah alat kontekstual (*contextual toolbar*) dimanfaatkan untuk menambahkan elemen pepohonan pada latar belakang. Sementara itu, kuas penyembuhan titik (*spot healing brush*) digunakan untuk memperbaiki bagian-bagian slide yang masih memperlihatkan jejak proses retouching.

Terdapat berbagai jenis sistem grid berdasarkan strukturnya, antara lain grid kolom (*column grid*), grid garis dasar (*baseline grid*), grid manuskrip (*manuscript grid*), grid modular (*modular grid*), dan grid hierarkis (*hierarchical grid*). Tidak ada aturan baku bahwa grid harus selalu tersusun secara vertikal dan horizontal. Perancang Bauhaus, misalnya, memutar grid sebagai bentuk perlawanan terhadap kaidah desain tradisional.

Untuk membentuk grid halaman yang simetris, halaman dibagi ke dalam kolom dan baris menggunakan garis putus-putus pada lapisan tersendiri sehingga dapat disembunyikan dari tampilan akhir. Banyak perancang menggunakan enam hingga sembilan kolom untuk desain situs web, sedangkan halaman berukuran surat (*letter size*) umumnya menggunakan tiga kolom. Titik perpotongan garis-garis tersebut berfungsi sebagai titik fokus yang mampu menarik perhatian pembaca.

Sejumlah perancang grafis menerapkan grid asimetris, di mana beberapa kolom dibuat secara proporsional lebih sempit dibandingkan kolom lainnya. Dalam pengaturan grid ini, halaman desain cetak dibagi menjadi tiga bagian baik secara vertikal maupun horizontal. Pengaturan elemen menjadi lebih mudah apabila menggunakan satuan pica dibandingkan inci. Setiap elemen desain dapat menempati lebih dari satu blok grid sesuai kebutuhan komposisi visual.



Gambar 2.17 Penataan Iklan Berbasis Pola Kisi Dan Keterbacaan Teks

Konsep bahwa komposisi visual menjadi lebih dinamis ketika bidang dibagi menjadi tiga bagian secara vertikal dan/atau horizontal dikenal sebagai Aturan Sepertiga (*Rule of Thirds*). Untuk menarik perhatian pembaca terhadap elemen tertentu, elemen-elemen tersebut ditempatkan pada titik pertemuan garis-garis vertikal dan horizontal, sehingga membentuk titik fokus yang kuat dalam komposisi.

2.7 FOKUS CITRA

Perancang grafis memandang citra baik sebagai elemen yang menarik perhatian visual maupun sebagai sarana penjelasan dari konsep desain. Sebuah gambar tersusun atas nilai visual (*values*), yaitu nada terang, sedang, dan gelap.

Secara umum, citra terbagi ke dalam dua kategori utama, yakni fotografis dan ilustratif. Dalam pembuatan citra menggunakan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), keputusan awal yang harus diambil adalah menentukan apakah citra tersebut akan berbentuk foto atau ilustrasi. Fotografi merupakan citra yang dihasilkan melalui kamera, namun dapat pula berupa karya seni yang tampil menyerupai foto, yang dikenal sebagai ilustrasi fotorealistis (*photo-realistic illustration*).

Untuk memberikan kesan kedalaman pada ilustrasi, digunakan teknik visual *chiaroscuro*, yaitu penerapan pencahayaan terarah dan bayangan guna menciptakan dimensi pada suatu objek. Kebalikannya adalah teknik yang menampilkan bentuk objek atau subjek tanpa sumber cahaya yang jelas, sehingga objek digambarkan sebagai bidang solid atau tekstur dengan batas-batas yang tegas.

2.8 PEMOTONGAN UNTUK DAMPAK VISUAL

Pemotongan (*cropping*) adalah proses memangkas tepi suatu gambar untuk menghasilkan tampilan visual yang lebih menarik atau agar gambar sesuai dengan ruang yang telah ditentukan. Berbagai bentuk visual seperti fotografi, gambar ilustrasi, tipografi, sketsa, lukisan, maupun bentuk geometris dapat dipotong untuk memberikan penekanan tertentu.

Dalam komunikasi visual, perancang bertujuan membuat audiens berhenti dan memperhatikan komposisi yang ditampilkan. Penerapan teknik *cropping* pada karya visual dapat secara signifikan meningkatkan daya tariknya. Keterampilan ini menuntut latihan serta kemampuan melihat hasil pemotongan seolah-olah untuk “pertama kalinya.” Dengan menghilangkan bagian gambar yang kurang menarik secara kreatif, perhatian pemirsa dapat segera tertuju pada elemen utama yang ingin disampaikan.

Pada pengamatan awal terhadap sebuah citra, pertanyaan utama yang perlu diajukan



Gambar 2.18 Gabungan Ai Dan Stok Foto Yang Disunting Di Photoshop



Gambar 2.19 Foto Serangga Yang Diperbesar Dan Dicerahkan

adalah: elemen apa yang pertama kali menarik perhatian pemirsa? Bagian mana yang dianggap kurang penting? Dengan membangkitkan ketertarikan visual, sebuah gambar dapat mendorong pemirsa untuk dengan cepat memusatkan perhatian pada desain yang disajikan.

Dalam proses pemotongan (*cropping*), perancang komersial terkadang perlu memperbesar bagian tertentu dari gambar. Pembesaran citra oleh komputer dapat menyebabkan pikselisasi, yaitu tampilan pecah akibat terlihatnya piksel. Namun, hal ini tidak menjadi masalah apabila citra berupa berkas vektor, karena citra vektor tidak tersusun atas piksel. Seorang perancang grafis juga dapat memindai gambar atau sketsa dalam skala besar agar detail dan goresan terlihat jelas, bergantung pada kualitas proses perenderan.

Setiap citra pada dasarnya adalah sebuah cerita yang membawa satu pesan utama. Seniman visual berupaya menekankan aspek tertentu dari citra tersebut. Melalui pemotongan gambar, beberapa tujuan berikut dapat dicapai:

1. Meningkatkan dampak visual
2. Membuat citra lebih menarik secara estetis
3. Membangkitkan respons emosional
4. Memberikan kesan yang lebih personal
5. Menciptakan nuansa ketegangan visual

Salah satu keterampilan yang tidak selalu tampak secara langsung adalah kemampuan melakukan pemotongan gambar untuk menghasilkan efek visual tertentu. Pemotongan tidak harus selalu berbentuk persegi atau persegi panjang. Perancang grafis dapat memperkuat citra dengan menampilkan bagian yang lebih terbatas melalui bentuk topeng (*masked shape*), seperti lingkaran, oval, atau bintang. Citra yang dipotong memiliki potensi besar untuk meningkatkan kualitas desain dan tata letak.

Melakukan pembesaran (*zoom in*) pada citra atau membiarkan sebagian gambar melampaui batas bentuk dapat menciptakan kesan kedalaman. Hal ini memungkinkan terbentuknya latar depan (*foreground*) dan latar belakang (*background*) dalam citra dua dimensi. Penggunaan variasi ukuran dapat membangun kesan skala dan pergerakan sehingga menciptakan kontras visual. Selain itu, perancang juga memutar citra sebagai strategi untuk menarik perhatian pemirsa.

2.9 VITUOSO DESAIN

Seluruh perancang grafis sebaiknya mempelajari para desainer ternama maupun yang kurang dikenal dalam bidangnya. Karya para perancang grafis hadir di sekitar kehidupan sehari-hari, mulai dari yang mudah dikenali seperti periklanan, identitas korporat, dan kemasan, hingga yang kerap luput dari perhatian seperti label pada botol, bagian bawah kursi, dan kartu ucapan. Terlepas dari apakah seorang profesional kreatif menyebut dirinya seniman



Gambar 2.20 Pemotongan gambar ke dalam bentuk unik



komersial (*commercial artist*), seniman grafis (*graphic artist*), atau perancang grafis (*graphic designer*), tujuan utamanya tetap sama, yaitu menarik perhatian audiens agar bersedia membaca dan memahami pesan yang disampaikan.

Profesional kreatif yang berhasil memiliki kemampuan untuk menciptakan desain yang menarik perhatian dan mudah diingat, sehingga karyanya layak untuk dipelajari. Para perancang grafis dianjurkan mempelajari seniman komersial yang berpengaruh secara historis, sekaligus para inovator masa kini, guna memahami teknik serta, jika memungkinkan, proses kerja yang diterapkan oleh perancang grafis yang sukses. Daftar perancang grafis yang efektif dan bersifat perintis jumlahnya mencapai ratusan, namun berikut ini disajikan daftar singkat sebagai bahan kajian awal.

Saul Bass

Saul Bass merupakan pelopor dalam desain poster film, kredit pembuka film, kemasan, dan logo perusahaan. Dalam setiap proyeknya, ia selalu menguraikan permasalahan hingga pada tujuan paling mendasar sebagai langkah awal dalam proses perancangan. Ia dikenal sebagai perancang pertama yang menciptakan kredit pembuka film yang dinamis, sementara poster-poster grafis karyanya diarahkan untuk menginformasikan calon penonton mengenai tema dan isi film.

Dalam perancangan logo korporat dan solusi periklanan, Saul Bass memanfaatkan bentuk-bentuk sederhana serta simbolisme visual. Ia memegang konsep yang ringkas namun mendalam, yaitu: *“Desain pada dasarnya adalah pemikiran yang diwujudkan secara visual.”*

Paula Scher

Gaya desain Paula Scher tidak dapat diklasifikasikan secara kaku karena ia menyesuaikannya dengan audiens dari setiap subjek yang dikerjakan. Beberapa pihak mencoba mendefinisikan gayanya sebagai perpaduan antara seni pop (*pop art*) dan seni rupa yang “buruk” (*bad fine art*), namun tidak dapat disangkal bahwa desain visualnya bersifat kuat, mudah diingat, dan menarik. Ia mampu mengadaptasikan gaya visualnya ke dalam beragam identitas merek perusahaan. Portofolionya mencakup logo-logo yang berkelas dan elegan seperti *The New York City Ballet* dan *Tiffany & Co.*, hingga logo yang bersifat melanggar kaidah konvensional (*rule breaker*) seperti merek *The Public Theater*.

Menurut Paula Scher, ukuran keberhasilan sebuah solusi desain terletak pada bagaimana pemirsa memahami pesan yang disampaikan. Daftar proyeknya yang mengesankan meliputi pengembangan merek dan identitas visual, kemasan, publikasi, serta peta.

Milton Glaser

Milton Glaser dianggap sebagai salah satu perancang grafis paling berpengaruh di Amerika Serikat, dan pengaruhnya terhadap dunia desain grafis masih terasa hingga kini. Ia berpendapat bahwa *“peran poster adalah menyampaikan informasi dari suatu sumber kepada audiens dengan tujuan mendorong perubahan persepsi, meningkatkan kesadaran, atau memicu tindakan.”*

Bersama Reynold Ruffins, Seymour Chwast, dan Edward Sorel, ia mendirikan *Pushpin Studios*, yang memberikan arah baru bagi desain grafis dunia. Glaser juga mendirikan majalah *New York* bersama Clay Felker, yang kemudian menjadi model bagi berbagai publikasi



perkotaan. Ia pernah mengajar di *School of Visual Arts* di Kota New York dan mendirikan sebuah perusahaan desain penerbitan yang telah merancang lebih dari 50 terbitan berkala. Logo bermerek dagang *"I Love NY"* merupakan salah satu karya desain grafis yang paling banyak ditiru di dunia.

Pencapaiannya di bidang desain sangat beragam. Milton Glaser tidak membatasi dirinya pada satu medium, melainkan menerapkan keahliannya pada logo, brosur, sistem penunjuk arah (*signage*), poster, majalah, grafis restoran, hingga laporan tahunan. Ia dikenal sebagai sosok yang menyukai tantangan kreatif.

Peter Max

Seperti Andy Warhol, Peter Max menikmati proses mengolah visual sehari-hari menjadi tampilan yang menarik melalui penggunaan warna-warna cerah, bentuk-bentuk yang mengalir, serta tipografi tulisan tangan yang bebas. Ia dikenal sebagai ikon budaya seni pop karena desain-desainnya mencerminkan semangat dan energi gerakan tersebut. Pada tahun 1967, Peter Max merancang poster *"Summer of Love"* yang menginspirasi ratusan ribu individu nonkonformis dan berjiwa bebas untuk berkumpul di Central Park, New York City. Filosofi hidupnya berbunyi: *"Perjalanan hidup saya adalah sebuah odise melintasi ruang dan waktu, dipenuhi momen-momen yang hidup, kaya akan warna, memukau oleh pemandangan, dan bergetar oleh harmoni bunyi."*

Karya-karya seni psikedelik dan pop art Peter Max dikenal sangat ekspresif dan penuh warna. Ia telah merancang berbagai iklan, poster, serta grafis eksterior pesawat jet milik maskapai Southwest Airlines.

John Kosh

John Kosh, seorang perancang dan tipografer asal Inggris, dikenal karena kemampuan adaptasinya yang tinggi serta karya-karyanya yang ikonik. Pemahamannya yang mendalam terhadap tipografi menjadikannya sosok terkemuka sebagai direktur seni, perancang sampul album, seniman grafis, dan perancang multimedia. Reputasinya meningkat ketika ia terlibat dalam perancangan untuk *Royal Ballet* dan *Royal Opera House*. Keunggulan tipografi dan desainnya membuka peluang untuk menggarap sampul album bagi sejumlah musisi ternama seperti The Beatles, Rolling Stones, Linda Ronstadt, Jimmy Buffet, dan Eagles.

Tidak pernah membatasi diri pada satu bidang, Kosh melihat peluang baru dalam grafis bergerak (*motion graphics*) pada dekade 1990-an dan mulai merancang animasi untuk kredit acara televisi dan film.

Learning Library Exercise: Report On Two Graphic Designers

Seiring dengan beragamnya produk, layanan, dan kegiatan yang membutuhkan komunikasi visual, para perancang grafis telah mengembangkan berbagai gaya desain yang berbeda. Terdapat sejumlah perancang grafis yang dianggap sebagai pemimpin dan tokoh berpengaruh dalam bidang ini. Untuk memahami ragam gaya tersebut serta mengembangkan pendekatan desain yang beragam, diperlukan studi dan pengamatan terhadap karya-karya mereka.

1. Susunlah sebuah laporan mengenai perancang grafis yang menurut Anda menarik,



serta ikuti perkembangan aktivitas dan karyanya. Seiring dengan kemajuan karier dan upaya meningkatkan keterampilan profesional, pelajaryliah perancang grafis lain yang dapat Anda tambahkan ke dalam catatan atau portofolio referensi Anda di kemudian hari.

2. Pilih dua perancang grafis favorit Anda. Sertakan contoh karya-karya mereka dan jelaskan alasan pemilihan tersebut secara argumentatif dan logis.
3. Laporan harus diketik dengan panjang 250–350 kata menggunakan kalimat lengkap, tanda baca dan tata bahasa yang benar, serta mencantumkan contoh-contoh desain dari perancang grafis yang dibahas.

BAB 3

PENGUNAAN ELEMEN

3.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam bab ini, pembaca diharapkan mampu mengidentifikasi lima komponen utama dari solusi desain grafis yang kuat. Mahasiswa juga mampu menguraikan dan menjelaskan proses berpikir kreatif dalam perancangan desain. Selain itu, pembelajar diharapkan dapat mengemukakan serta menjelaskan bagian-bagian yang membentuk suatu desain.

Profesional terminologi

EPS	Berkas vektor yang mempertahankan detail data meskipun diperbesar atau diperkecil skalanya.
Face	Desain huruf tertentu yang didasarkan pada struktur dan karakter visualnya.
Foundry	Perusahaan yang mengkhususkan diri dalam pembuatan atau distribusi jenis huruf (typeface).
GIF	Berkas berukuran kecil untuk web dengan jumlah warna terbatas, digunakan untuk grafis statis maupun animasi.
JPEG	Berkas gambar dengan ukuran lebih kecil untuk web, mengalami sedikit kehilangan detail gambar tetapi tetap memiliki rentang warna penuh.
Letterforms	Representasi visual dari huruf alfabet.
PDF	Data lintas platform yang dapat menampilkan dokumen tanpa memerlukan berkas asli pembuatnya.
PNG	Berkas web terkompresi berukuran lebih besar tanpa kehilangan detail gambar.
Raster graphic	Gambar yang tersusun dari kisi-kisi piksel.
Readable	Tipografi yang mudah ditafsirkan dan cepat dipahami oleh pembaca.
TIFF	Berkas gambar berukuran besar dengan kualitas tinggi, digunakan untuk fotografi detail dan proses percetakan.
Typeface	Sekumpulan karakter yang dirancang sebagai alfabet, tanda baca, dan glif (glyphs).
Typesetter	Orang yang menyusun dan mengatur atribut teks dalam tata letak desain.
Typography	Seni mengatur, menciptakan, dan menata jenis huruf untuk membentuk suasana dan karakter dalam desain.



Gambar 3.1 Klien Yang Merendahkan Nilai Karya

Praktikum: Firefly. Prompt 1: Ilustrasi kartun seorang pria paruh baya yang sedang menuliskan cek perusahaan, ditampilkan secara terisolasi di dalam kantor mewah.

Prompt 2: Ilustrasi kartun jari-jari tangan dalam posisi saling menyilang. Citra kemudian diperbesar (*upscaled*) dan direvisi menggunakan Adobe Photoshop dengan menambahkan elemen tangan, serta memanfaatkan fitur *content-aware fill* untuk mengisi bagian-bagian yang kosong secara otomatis. Gelembung percakapan (*speech bubbles*) dibuat menggunakan Adobe Illustrator, kemudian ditambahkan teks dengan jenis huruf Arial Rounded.

3.2 DASAR-DASAR PENGGUNAAN ELEMEN

Seorang perancang grafis jarang memulai sebuah proyek dengan niat menghasilkan solusi yang tidak menarik. Sebagian besar perancang berkecimpung dalam bidang seni grafis untuk mengekspresikan kreativitas mereka. Tentu saja, aspek finansial juga menjadi pertimbangan, namun desain grafis bukanlah profesi yang bertujuan untuk memperoleh kekayaan besar. Meskipun demikian, desain grafis merupakan salah satu bidang yang secara konsisten mendorong batas-batas inovasi dari dekade ke dekade. Oleh karena itu, seorang perancang grafis harus memiliki ketertarikan terhadap pembelajaran berkelanjutan serta penerapan teknik-teknik baru.

Menariknya, tidak sedikit individu tanpa pelatihan formal yang meyakini bahwa mereka adalah perancang grafis terbaik. Dalam beberapa kasus, mereka mungkin mampu menyelesaikan sebuah tugas secara kreatif tanpa memahami tahapan prosesnya, tetapi pada akhirnya pendekatan tersebut cenderung gagal. Kondisi ini dapat dianalogikan dengan seseorang yang mengira dapat menari waltz tanpa mempelajari langkah-langkah dasarnya. Selain itu, klien kerap berupaya menawar biaya jasa perancang grafis dengan janji akan mengompensasinya pada proyek lain. Walaupun hal tersebut mungkin direncanakan, pada praktiknya imbalan tersebut sering kali tidak terwujud. Dalam konteks budaya Barat, pembaca secara bawah sadar mengikuti prinsip-prinsip desain berikut:

- Orang membaca dari kiri ke kanan.
- Pembaca memulai dari bagian atas lalu bergerak ke bawah halaman.
- Halaman-halaman dalam sebuah publikasi atau situs web saling berkaitan.

- Kedekatan menciptakan keterhubungan, sedangkan jarak menciptakan pemisahan.
- Elemen yang besar dan gelap dipersepsikan lebih penting.
- Elemen yang kecil dan berwarna pucat dipersepsikan kurang penting.
- Teks huruf kecil lebih mudah dibaca dibandingkan huruf kapital seluruhnya.
- Segala sesuatu memiliki bentuk, termasuk ruang kosong.

Dengan gambar dan teks yang sama, lima perancang grafis yang masing-masing memiliki kepekaan dan preferensi unik akan menghasilkan lima rancangan yang berbeda. Namun, apabila pesan yang harus disampaikan sama, klien akan mengharapkan solusi desain yang sebanding atau setara.

Seorang perancang grafis harus secara sadar maupun tidak sadar mengevaluasi, membedah, dan mengategorikan segala sesuatu yang dilihatnya. Pola pikir kreatif harus secara konsisten membangun semacam perpustakaan ide dan solusi sebagai sumber inspirasi. Landasan ini penting untuk menilai apakah suatu solusi desain tergolong berkualitas atau sekadar tata letak yang kurang menarik.

Istilah *habitualization* (habitulasi) merujuk pada proses ketika individu terbiasa melihat hal yang sama berulang kali, termasuk solusi desain grafis. Para perancang perlu mengatasi sikap abai ini dengan mengevaluasi setiap visual secara kritis, mencakup teknik, gaya, warna, pola, tekstur, jenis huruf, dan elemen lainnya, kemudian menyimpan gagasan tersebut secara mental untuk kebutuhan desain di masa mendatang.

Sistem Aktivasi Retikular (*Reticular Activating System* atau R.A.S.) dalam konteks desain grafis berkaitan dengan cara otak membiasakan diri terhadap informasi seiring perkembangan individu, sehingga mampu menyaring detail yang tidak relevan. Di tengah melimpahnya pesan visual, perancang grafis harus mampu memilah kekacauan tersebut untuk menemukan solusi yang bernilai, imajinatif, dan inovatif. Setiap elemen visual yang tampak berlebihan atau tidak menarik pada dasarnya diciptakan dengan tujuan tertentu.

Desain yang terlalu dipaksakan (*overworked*) atau belum tuntas (*unfinished*) cenderung gagal menarik perhatian pemirsa. Melalui studi dan kritik terhadap desain-desain yang dirancang dengan baik, para profesional mampu mengenali apakah suatu solusi



Gambar 3.2 Selalu Ada Ruang Untuk Ilmu Baru

benar-benar kreatif atau sekadar tata letak yang bersifat standar. Prinsip dan kaidah desain tetap berlaku sama, baik pada kemasan kecil seperti kaleng makanan, majalah, papan iklan animasi, maupun situs web. Seluruh media tersebut harus mampu menghadirkan pengalaman visual yang menarik dan mudah diingat.

Mahasiswa yang hanya mengamati desain-desain yang memikat berpotensi melupakannya apabila tidak terlibat dalam diskusi, yaitu dengan mengungkapkan serta mengelaborasi hasil pengamatan mereka. Selain itu, mereka juga perlu mempertimbangkan

masuk dari pendengar. Sikap merasa sebagai ahli tanpa praktik nyata (*armchair expert*) patut dihindari. Perancang grafis seharusnya aktif mengeksplorasi lingkungan sekitarnya dan terbuka terhadap gagasan-gagasan baru, misalnya dengan mengunjungi kebun binatang untuk mengamati poster serta materi informasi yang ditampilkan.

Lebih lanjut, perancang grafis dapat mengunjungi halte bus untuk menilai lingkungan pemasaran yang ada, atau memasuki toko furnitur untuk mengamati label gantung (*hang tag*) pada produk. Saat berada di bandara, seluruh sistem penunjuk arah dan papan informasi perlu diperhatikan secara saksama. Mahasiswa seni grafis juga dianjurkan untuk menghadiri pertunjukan musikal, bioskop, dan pameran seni, sambil mencermati unsur-unsur grafis visual yang ditampilkan. Pada akhirnya, kebiasaan mengkritisi secara menyeluruh seluruh komponen grafis di ruang publik, termasuk restoran cepat saji—baik pada area layanan kendaraan (*drive-through*) maupun desain menu—perlu menjadi refleksi alami dalam proses pembelajaran desain grafis.



Gambar 3.3 Konsep Papan Iklan Kosmetik

Perancang grafis perlu memperluas sudut pandang mereka. Perlu disadari bahwa semakin luas referensi yang dimiliki, semakin besar pula kemampuan seorang perancang untuk berkomunikasi secara efektif dengan berbagai kelompok usia, profesi, dan gaya hidup. Hal ini memungkinkan perancang grafis merancang pesan secara tepat agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan baik. Selain itu, perancang grafis harus bersikap kritis terhadap keakuratan informasi yang diperoleh dari hasil pencarian web, blog, unggahan daring, maupun riset berbasis kecerdasan buatan (*artificial intelligence*). Setiap informasi yang digunakan hendaknya selalu diverifikasi dengan memeriksa sumber dan fakta yang dapat dipertanggungjawabkan.

3.3 DESAIN GRAFIS YANG PERSUASIF

sudut kiri atas setiap halaman atau bentangan merupakan titik awal yang sangat bernilai karena pembaca secara alami pertama kali mengarahkan pandangan ke area tersebut. Kebiasaan alami ini dapat dimanfaatkan dengan menempatkan logo atau memulai judul utama (*headline*) pada area fokus tersebut. Tujuan utama desain adalah menciptakan ruang yang mengundang dan nyaman bagi pembaca. Kelebihan informasi justru dapat menghasilkan desain yang sulit ditembus dan melelahkan secara visual.

Bentuk (*form*) berkaitan erat dengan fungsi (*function*), yang secara langsung ditentukan oleh isi (*content*). Oleh karena itu, perancangan harus mempertimbangkan pengalaman pengguna (*user experience*). Desain tidak selalu harus dibatasi pada dua sisi halaman apabila elemen-elemen visual lebih tertata dengan cara melipat halaman sehingga menghasilkan empat panel.

Perancang juga perlu menentukan respons emosional yang ingin dirasakan oleh pemirsa: apakah merasa rileks atau justru tertekan. Desain yang menimbulkan kesan rileks umumnya menggunakan warna-warna sejuk, jenis huruf yang nyaman dibaca, foto yang menarik, tata letak teks rata tengah atau rata kiri, kemungkinan penerapan sistem grid, serta spasi antarbaris (*leading*) yang cukup longgar. Sebaliknya, desain yang menimbulkan kesan tegang cenderung menempatkan gambar dalam bentuk-bentuk geometris yang kaku, menggunakan palet warna hangat atau tidak beraturan, serta jenis huruf yang tetap terbaca namun tidak bersifat umum.

Sebagai contoh, apabila proyek ditujukan untuk promosi tempat liburan yang tenang, solusi desain dapat memanfaatkan citra berwarna yang kaya dan dipoles secara intensif (*heavily retouched*), dominasi warna biru dan hijau, serta jenis huruf yang nyaman seperti Goudy Modern Regular, dengan sedikit penambahan jarak antarhuruf (*kerning*) dan jarak antarbaris (*leading*) pada subjudul dan kutipan. Dengan demikian, fungsi desain akan menentukan bentuk visual yang paling tepat.



Gambar 3.4 Desainer Yang Terus Belajar Mampu Mendesain Apa Saja



Gambar 3.5

Rincian Praktikum: Fire Prompt: Peta visual otak manusia kreatif, baik perempuan maupun laki-laki (*map of the creative human female/male brains*).

Mengembangkan Peta Kerja

Yogi Berra pernah menyatakan, “Jika Anda tidak yakin dengan tujuan Anda, pada akhirnya Anda akan tiba di tempat lain.” Pernyataan ini relevan dalam konteks desain.



Meskipun “kecelakaan yang membahagiakan” dapat menghasilkan temuan menarik, menyajikan kepada klien sebuah tata letak yang tidak sesuai dengan permintaan mereka bukanlah pendekatan yang efektif. Perancang pemula sering kali dengan cepat menangkap satu gagasan lalu langsung melangkah maju, terbawa arus kreativitas. Tidak mengherankan apabila setelah desain selesai dan kembali ditinjau berdasarkan *brief* klien, ternyata solusi tersebut gagal menjawab permasalahan yang ada. Sebaliknya, perancang inovatif yang telah berpengalaman umumnya memiliki prosedur kerja yang terstruktur untuk menangani berbagai jenis proyek desain.

Pengorganisasian Mental

Struktur visual dan unsur pengorganisasian dalam sebuah desain merupakan faktor penting agar pesan grafis dapat tersampaikan dengan baik. Elemen-elemen desain perlu ditata sedemikian rupa sehingga seluruh bagian saling menyatu dan membentuk kesatuan (*unity*) atau keseluruhan yang terintegrasi. Kesatuan desain dapat ditemukan melalui kesamaan antar elemen, baik dari segi tema, bentuk, maupun warna. Salah satu pendekatan dalam memulai desain adalah dengan terlebih dahulu membuat tata letak, kemudian memasukkan elemen-elemen visual ke dalamnya. Variasi dari metode ini adalah menempatkan komponen-komponen desain di area sekitar halaman kosong, sehingga dapat dengan mudah dimasukkan tanpa menghambat perkembangan tata letak. Sebagian perancang juga memilih untuk memasukkan seluruh elemen yang diperlukan sejak awal ke dalam desain, kemudian menghapus atau menyunting bagian-bagian yang dianggap tidak esensial. Pendekatan ini membantu memperjelas fokus dan memastikan solusi desain tetap relevan dengan tujuan komunikasi.



Gambar 3.6

Rincian Praktikum: Firefly Prompt: Ilustrasi seekor elf yang berada di atas tangga sedang menempatkan kata-kata dan gambar ke dalam lemari arsip bergaya vintage di dalam ruang penyimpanan ajaib penuh lemari arsip; sudut pandang melihat ke atas (*looking up point of view*); debu peri ajaib (*magical pixie dust*) yang melayang di udara; nuansa petualangan, seni, fantasi, imajinasi, dan dongeng; serta goblin yang membawa gulungan naskah. Tahap penyempurnaan dilakukan di Adobe Photoshop dengan memadukan elemen goblin dan debu peri. Efek gradasi (*gradation*) diatur menggunakan mode pencampuran *multiply*, sedangkan efek *high pass* disetel pada nilai 100 dan dikombinasikan dengan mode pencampuran *soft light* untuk meningkatkan ketajaman dan kedalaman visual.

3.4 GRAFIS DESAIN MENGAJUKAN JENIS

Selain format berkas yang dapat diedit melalui perangkat lunak, seperti PSD, INDD, dan DOC, perancang grafis juga menggunakan berbagai jenis berkas citra untuk kebutuhan desain web maupun cetak. Pemilihan jenis berkas yang tepat ditentukan oleh hasil akhir yang diinginkan, karena setiap format memiliki karakteristik dan fungsi tersendiri dalam proses produksi (final mechanical).

Format Berkas TIFF

TIFF merupakan format berkas berkualitas tinggi untuk citra berbasis piksel yang banyak digunakan dalam fotografi, pencetakan seni, desain grafis, dan penerbitan, terutama ketika gambar beresolusi tinggi sangat dibutuhkan. Proses kompresi pada berkas TIFF (*Tagged Image File Format*) tidak menyebabkan penurunan kualitas citra. Namun, kemampuan menyimpan detail yang sangat tinggi ini menghasilkan ukuran berkas yang besar, sehingga kurang sesuai untuk penggunaan web, tetapi sangat ideal untuk pencetakan kelas atas dan keperluan arsip. Citra TIFF dapat memiliki kedalaman warna yang sangat tinggi, seperti 16-bit atau 32-bit, sehingga mampu menampilkan rentang warna dan gradasi yang luas. Serupa dengan berkas Photoshop, TIFF dapat memuat beberapa lapisan (*layers*), menyimpan metadata seperti profil warna, serta mendukung transparansi.

Format Berkas GIF

Berkas GIF mendukung citra statis maupun animasi. Dalam GIF (*Graphics Interchange Format*), huruf “G” dilafalkan seperti pada kata *general*, sesuai dengan penjelasan penemunya, Stephen Wilhite. Format ini memiliki kemampuan menampilkan animasi sederhana dengan menggabungkan beberapa bingkai (*frames*) ke dalam satu berkas. GIF populer digunakan untuk animasi pendek yang berulang di web, seperti tombol, banner, klip singkat pada media sosial, aplikasi pesan, dan meme.

Untuk menjaga ukuran berkas tetap kecil dan sesuai untuk internet, GIF menggunakan palet warna 256 warna dengan kedalaman 8-bit. Keterbatasan ini membuat GIF kurang mampu menampilkan citra kompleks dan berkualitas tinggi seperti fotografi. Oleh karena itu, format ini lebih sesuai untuk gambar sederhana seperti logo, ikon, atau ilustrasi dengan jumlah warna terbatas. GIF mendukung transparansi 1-bit, yang berarti setiap piksel hanya dapat sepenuhnya buram (*opaque*) atau sepenuhnya transparan, tanpa mendukung gradasi transparansi.

Format Berkas JPG

Format JPG dirancang untuk mengurangi ukuran berkas sambil mempertahankan sebagian besar kualitas citra. JPG (*Joint Photographic Experts Group*) melakukan kompresi dengan menghilangkan sebagian data gambar. Hal ini menghasilkan ukuran berkas yang lebih kecil, namun dapat menurunkan kualitas citra, terutama jika tingkat kompresi terlalu tinggi atau berkas diedit berulang kali. Format ini sangat efektif untuk fotografi atau citra dengan gradasi warna yang halus. JPG banyak digunakan pada kamera digital dan media daring karena menawarkan keseimbangan yang baik antara kualitas dan ukuran berkas.

JPG tidak mendukung latar belakang transparan. Format ini dirancang untuk citra berwarna penuh, di mana area putih merupakan warna latar, bukan area transparan. JPG



menyediakan berbagai tingkat kompresi; kompresi tinggi menghasilkan berkas yang lebih kecil dengan kualitas lebih rendah, sedangkan kompresi rendah mempertahankan kualitas lebih baik namun menghasilkan berkas yang lebih besar.

Format Berkas PNG

PNG (*Portable Network Graphics*) dikembangkan sebagai alternatif GIF yang tidak dipatenkan. Format ini banyak digunakan pada situs web dan media sosial karena mampu mengompresi data citra tanpa kehilangan kualitas, sekaligus mempertahankan detail asli gambar. PNG mendukung latar belakang transparan, yang sangat berguna dalam desain berbasis internet, khususnya ketika gambar ditempatkan di atas berbagai latar belakang. PNG mampu menampilkan jutaan warna, sehingga cocok untuk citra kompleks seperti fotografi atau ilustrasi detail. Namun, format ini tidak mendukung animasi maupun pencetakan berbasis warna CMYK.

Format Berkas EPS

EPS (*Encapsulated PostScript*) merupakan format berkas grafis berbasis vektor yang banyak digunakan dalam desain grafis profesional, terutama untuk logo dan ilustrasi. Karena berbasis persamaan matematis, citra EPS dapat diperbesar atau diperkecil tanpa mengalami penurunan kualitas. Berkas EPS dapat dibuka dan disunting menggunakan berbagai perangkat lunak grafis vektor. Format ini sangat disukai dalam dunia desain dan percetakan profesional karena mampu menghasilkan logo, ilustrasi, dan elemen visual lain yang tajam, fleksibel dalam ukuran, serta konsisten dalam kualitas.

Format Berkas PDF

PDF (*Portable Document Format*) dikembangkan oleh Adobe dan dapat dibaca pada berbagai sistem operasi, seperti macOS, Windows, Linux, perangkat seluler, serta perangkat lunak lainnya. Format ini banyak digunakan dalam dunia percetakan karena memungkinkan penyematan jenis huruf (*font embedding*) dan menjaga konsistensi warna. Tata letak dokumen tetap terjaga di berbagai platform dan sistem operasi. Dalam beberapa kasus, untuk kebutuhan pra-cetak, percetakan dapat meminta agar jenis huruf tidak disematkan, melainkan dikirim terpisah dalam bentuk berkas terkompresi.

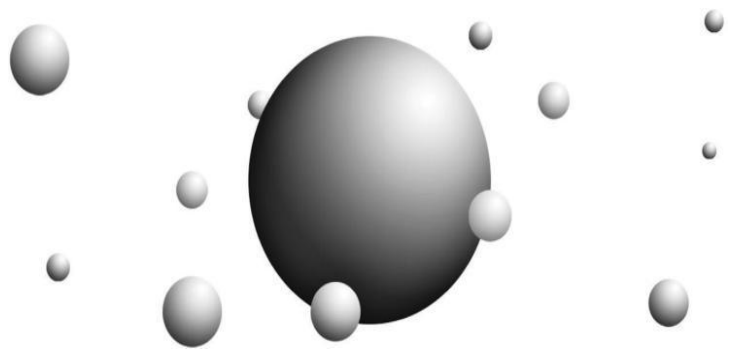
PDF dapat bersifat statis maupun dinamis, misalnya dengan formulir isian (*fillable forms*), tautan antarhalaman, penambahan tanda tangan digital, pemutaran video, dan fitur interaktif lainnya. Berkas PDF juga dapat dilengkapi sistem keamanan berupa kata sandi untuk melihat atau berinteraksi dengan isi dokumen. PDF menyediakan berbagai opsi kompresi yang dapat disesuaikan dengan tujuan penggunaan, baik untuk kualitas tinggi maupun ukuran berkas yang lebih kecil. Popularitas format ini didukung oleh kemampuannya mempertahankan tampilan visual dan tipografi tanpa perubahan di berbagai platform dan perangkat lunak.

3.5 LIMA KOMPONEN SOLUSI DESAIN GRAFIS YANG KUAT

Penekanan

Penekanan (*emphasis*) merupakan unsur penting dalam desain grafis, di mana satu elemen harus tampil sebagai bagian yang paling dominan dalam keseluruhan komposisi.

Teknik visual ini berfungsi untuk mengarahkan perhatian pemirsa pada aspek yang paling signifikan, umumnya berupa pesan utama atau titik fokus desain. Perancang mencapai penekanan dengan memanipulasi berbagai aspek visual seperti ukuran, warna, kontras, bentuk, atau posisi, sehingga tercipta hierarki visual yang jelas.



Gambar 3.7 Satu Elemen Harus Mendominasi Desain

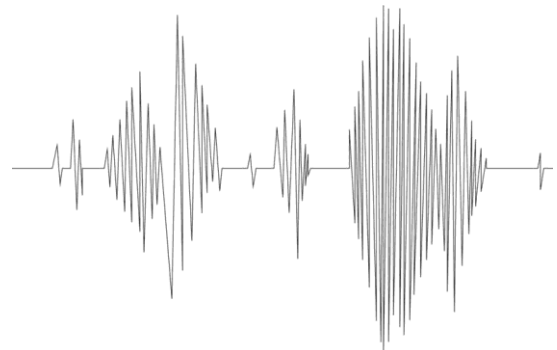
Pendekatan yang paling efektif adalah menentukan terlebih dahulu elemen mana yang perlu ditekankan, karena hal tersebut akan menjadi titik awal pandangan pemirsa. Dengan memprioritaskan dan mengenali informasi atau elemen visual yang paling penting sejak awal, proses komunikasi pesan utama menjadi lebih jelas dan berhasil.

Penekanan dapat berfungsi untuk mempertegas pesan atau memanfaatkan citra sebagai sarana penceritaan visual. Teknik ini mampu mendorong pembaca untuk berhenti dan memperhatikan sebuah tata letak. Dalam praktiknya, perancang grafis sering menggunakan warna sebagai alat utama untuk menunjukkan elemen mana yang paling penting.

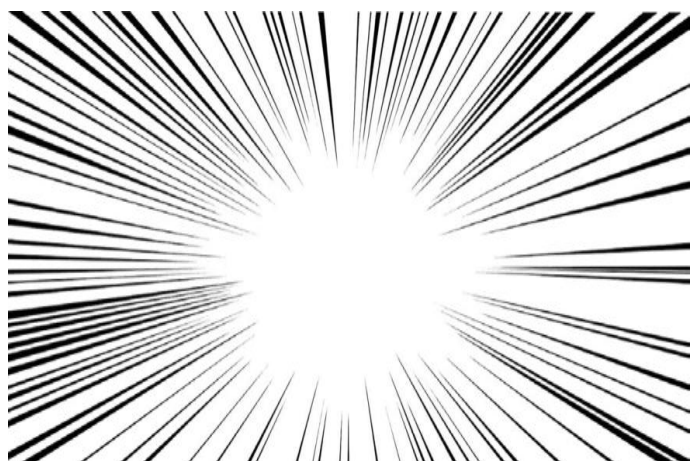
Jan Tschichold merupakan salah satu tokoh awal yang menerapkan gaya asimetris yang pada masanya dianggap revolusioner. Dalam bukunya *Die Neue Typographie*, ia menjelaskan bahwa hierarki visual yang ekspresif akan menjadi lebih kuat apabila ukuran elemen diperkuat melalui pengelompokan dan penempatan yang rasional.

Garis

Garis merupakan komponen esensial dalam desain grafis karena kemampuannya menjalankan berbagai fungsi yang meningkatkan daya tarik visual, alur pandang, dan struktur sebuah desain. Secara konseptual, garis terbentuk dari pergerakan sebuah titik dalam ruang yang tidak memiliki ketebalan dan memanjang ke dua arah. Sebagai elemen tata letak yang adaptif, garis berperan dalam membentuk alur visual, menciptakan kesan gerak, memberikan penekanan, serta membantu proses komunikasi visual.



Gambar 3.8 Garis multitafsir: seismograf, detektor kebohongan, atau monitor jantung



Gambar 3.9 Garis memiliki energi.



Kehadiran garis memberikan kontribusi signifikan terhadap keseluruhan desain dengan memengaruhi cara informasi disampaikan dan dipersepsikan oleh audiens.

Perancang grafis meningkatkan aspek visual dan fungsional karyanya melalui integrasi berbagai jenis garis, sehingga menghasilkan komposisi yang komunikatif dan menarik secara estetis. Motif garis dapat berfungsi sebagai pembatas di sekitar konten dan gambar, yang membantu memisahkan sekaligus menonjolkan elemen tertentu, seperti teks, ilustrasi, atau bagian halaman tertentu. Garis juga sering dimanfaatkan untuk membentuk grid, yang berfungsi mengatur konten dan menyelaraskan elemen secara terstruktur dan seimbang. Penggunaan garis horizontal atau vertikal dapat membagi bagian-bagian konten pada situs web, publikasi, maupun brosur. Sementara itu, garis diagonal atau lengkung mampu menciptakan kesan gerak dinamis dan meningkatkan energi visual dalam sebuah desain. Garis tebal dapat digunakan untuk menyoroti area tertentu, sedangkan garis berbentuk panah efektif dalam menegaskan elemen ajakan bertindak (*call to action*) atau tombol interaktif.

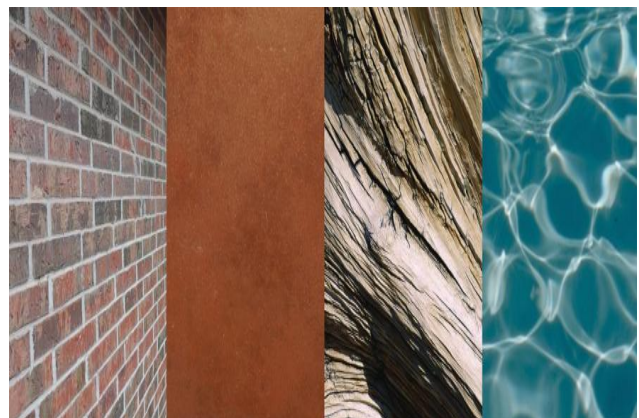
Selain itu, garis dapat membentuk tekstur atau pola dalam desain. Variasi ketebalan garis atau pengulangan garis tertentu mampu menciptakan ketertarikan visual tanpa menimbulkan kesan berlebihan. Teknik arsiran (*hatching*) dan arsiran silang (*cross-hatching*) sering digunakan untuk memperkuat dimensi, bayangan, serta tekstur pada ilustrasi.

Dalam desain minimalis maupun kompleks, garis berperan penting dalam mendefinisikan bentuk atau figur. Perancang menggunakan garis kontur untuk menetapkan batas objek, sehingga objek tersebut dapat tampil menonjol atau justru menyatu dengan elemen lain. Selain itu, penggunaan garis konvergen dalam perspektif satu atau dua titik membantu menciptakan kedalaman pada desain dua dimensi, sehingga menghasilkan kesan ruang, jarak, dan dimensi yang lebih realistis. Secara simbolik, garis vertikal sering diasosiasikan dengan kekuatan, pertumbuhan, atau ketegasan, sedangkan garis horizontal melambangkan ketenangan, kestabilan, dan keseimbangan. Garis diagonal, di sisi lain, mampu mengekspresikan gerak, aksi, atau perubahan.

Tekstur (Textures)

Desain semakin diperkaya melalui penggunaan tekstur. Dalam sebuah komposisi, tekstur menghadirkan kedalaman, realisme, dan nuansa emosional. Dengan mengintegrasikan tekstur secara cermat, perancang grafis dapat meningkatkan dampak visual sekaligus fungsi dari karya yang dihasilkan.

Tekstur mampu mengurangi kesan statis pada desain dua dimensi dengan meniru karakter material dunia nyata, seperti kayu, kain, atau batu. Hal ini menciptakan ilusi kedalaman yang membuat desain tampak lebih menarik. Meskipun audiens tidak dapat berinteraksi secara fisik dengan sebuah desain, tekstur visual dapat memicu sensasi taktil semu. Representasi visual tentang kasar, halus, atau lembut menciptakan ilusi sentuhan,



Gambar 3.10 Tekstur Memicu Sensasi Instan

sehingga memberikan pengalaman yang lebih imersif. Sensasi tersirat ini berpotensi memperkaya pengalaman visual dengan membangun keterhubungan sensorik antara desain dan audiens.

Tekstur juga berkontribusi dalam membentuk identitas merek dengan memberikan tampilan yang khas pada produk maupun materi pemasaran. Tekstur metalik atau mengilap sering diasosiasikan dengan kesan modern dan teknologi, sementara tekstur alami seperti rumput atau pasir dapat membangkitkan nuansa alam dan kebebasan. Walaupun desain datar (*flat design*) dikenal bersih dan minimalis, pendekatan ini terkadang terkesan monoton atau kurang hidup. Kehadiran tekstur dapat menambah dinamika visual melalui variasi yang halus, sehingga komposisi tidak terlihat seragam atau steril. Lapisan tekstur yang lembut memungkinkan tercapainya keseimbangan antara kesederhanaan dan kedalaman tanpa mendominasi keseluruhan desain.



Gambar 3.11 Tekstur Tebal Khas Seragam Judo

Selain itu, tekstur dapat dimanfaatkan untuk menekankan elemen tertentu dalam desain. Penggunaan tekstur pada titik fokus, misalnya dengan menciptakan kontras antara area bertekstur dan tidak bertekstur, membantu mengarahkan perhatian audiens. Tekstur latar yang kasar dapat meningkatkan keterbacaan elemen yang lebih halus, seperti teks atau logo, dengan membentuk hierarki visual yang jelas.

Kohesi komposisi juga dapat diperkuat melalui pemilihan tekstur yang sesuai dengan tema atau gaya yang ingin disampaikan. Dalam desain antarmuka web atau aplikasi, tekstur mampu meningkatkan pengalaman pengguna dengan menciptakan tampilan yang lebih akrab dan terasa nyata. Sebagai contoh, tombol dengan efek tekstur atau bayangan halus dapat memperkuat kesan interaktif dan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk mengkliknya. Dengan demikian, tekstur berperan dalam meningkatkan kenyamanan, kejelasan, dan intuisi antarmuka.

Sebagai elemen latar, tekstur menjadikan tata letak lebih menarik dan mudah diingat. Apabila perancang ingin mengarahkan alur pandang, penggunaan bentuk dan ikon yang berulang pada berbagai area desain dapat membantu menarik perhatian dan menjaga keterlibatan visual audiens.

Warna (Color)

Warna merupakan salah satu unsur paling kuat dan esensial dalam desain grafis karena kemampuannya memengaruhi emosi, mengarahkan perhatian, meningkatkan keterbacaan, serta menyampaikan makna. Warna berperan penting dalam persepsi visual, proses komunikasi, dan keterhubungan antara desain dengan audiens.

Komposisi warna tersusun atas rona (hue) dan nada (tone). Rona merupakan warna dasar yang menjadi fondasi dalam desain grafis dan memiliki pengaruh signifikan terhadap respons emosional serta fungsi sebuah desain. Setiap rona membawa asosiasi psikologis tertentu yang dapat memperkuat pesan visual yang ingin disampaikan.

Nada terbentuk dari penambahan abu-abu pada suatu rona, sehingga menghasilkan variasi tingkat terang dan gelap warna. Nada berperan penting dalam membentuk daya tarik visual, respons emosional, dan suasana (mood) desain. Melalui pengaturan nada, perancang dapat menciptakan harmoni, keseimbangan, dan kontras dalam suatu komposisi.

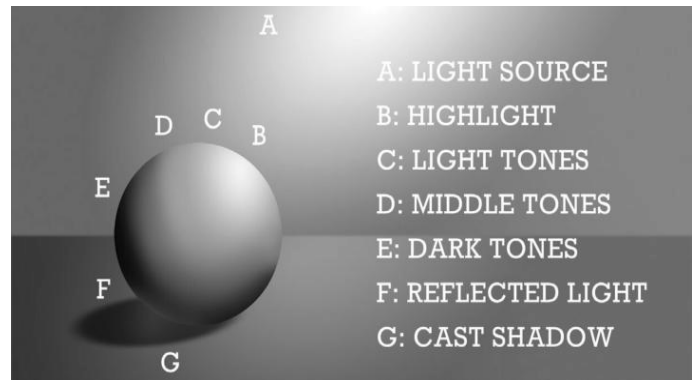
Dalam teori warna, kombinasi rona dan nada menentukan sikap visual desain serta menciptakan kedalaman dan fokus. Warna membantu membedakan pesan dari elemen pendukung, membangun konsistensi dan pengenalan visual, serta meningkatkan kualitas estetika. Selain itu, warna berfungsi untuk memperjelas kontras dan keterbacaan, membangun hierarki visual, serta memperkuat identitas merek.

Salah satu metode untuk menciptakan kontras dan kedalaman dalam desain adalah dengan memanfaatkan tingkat kecerahan melalui teknik pembayangan. Dengan menetapkan sumber cahaya, perancang grafis dapat menerapkan prinsip *chiaroscuro*, yaitu penonjolan area terang melalui gradasi halus maupun perbedaan tegas antara sorotan dan bayangan.

Warna pada dasarnya bersifat menarik perhatian. Perbedaan terang dan gelap yang diwujudkan melalui nada warna mampu menciptakan energi visual serta mengarahkan pandangan pembaca. Warna-warna yang kuat, kontras, dan sarat muatan emosional sangat efektif dalam menarik perhatian dan menegaskan pesan utama dalam sebuah desain.

Bentuk (Shapes)

Desain, pada hakikatnya, merupakan proses pengaturan bentuk. Bentuk adalah wujud objek yang diciptakan oleh garis luar atau batas tertentu. Dalam komposisi visual, sebuah bentuk yang besar atau berwarna cerah perlu diseimbangkan dengan beberapa bentuk lain yang lebih kecil atau berwarna lebih lembut agar tercapai keseimbangan visual. Dalam proses

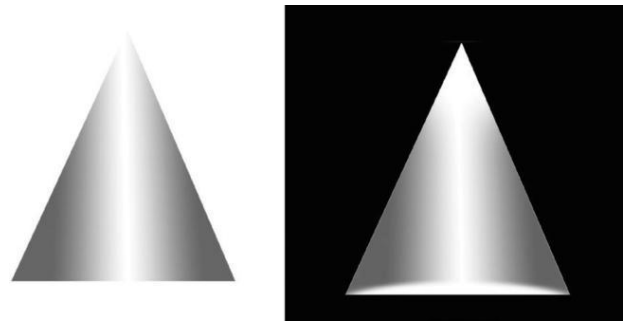


Gambar 3.12 Skema Pencahayaan Chiaroscuro



Gambar 3.13 Chiaroscuro Menciptakan Dimensi Dalam Desain

perancangan, desainer dianjurkan untuk bereksperimen dengan menanggalkan sementara makna dari judul, teks, visual, dan elemen lainnya, lalu memperlakukannya semata-mata sebagai bentuk. Dengan pendekatan ini, elemen desain hanya dipahami dalam konteks figur dan latar (figure and ground). Pengelompokan dan penumpukan (overlapping) bentuk dapat menciptakan



Gambar 3.14 Kedalaman Kerucut Dan Persepsi Posisi Segitiga Pada Latar

kedalaman visual yang menarik dan memperkaya komposisi. Untuk menyederhanakan sebuah desain, jumlah bentuk dapat dikurangi dengan cara menggabungkan atau mengelompokkan dua hingga tiga bentuk menjadi satu kesatuan yang lebih utuh. Pendekatan ini membantu menciptakan tampilan yang lebih ringkas, jelas, dan terorganisasi.

Huruf atau jenis huruf (typefaces) pada dasarnya juga merupakan bentuk. Oleh karena itu, tipografi dapat dimanfaatkan secara maksimal dalam tipografi display dan perancangan logo. Penting bagi desainer untuk memahami bentuk visual huruf sebelum mengembangkan gagasan tipografi yang lebih kompleks, terutama yang berkaitan dengan persaingan visual pada area penempatannya. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah menyusun teks dalam kelompok huruf atau kata. Tipografi rata tengah (centered type) mampu membentuk siluet visual yang kuat. Selain itu, ruang kosong (white space), baik yang terdapat di dalam huruf, di sekitar kolom teks, maupun di sekeliling gambar, juga membentuk suatu wujud. Ruang ini dapat didorong ke area tertentu, seperti tepi atau bagian bawah halaman, untuk menciptakan keseimbangan, kejelasan, dan penekanan visual dalam keseluruhan desain.

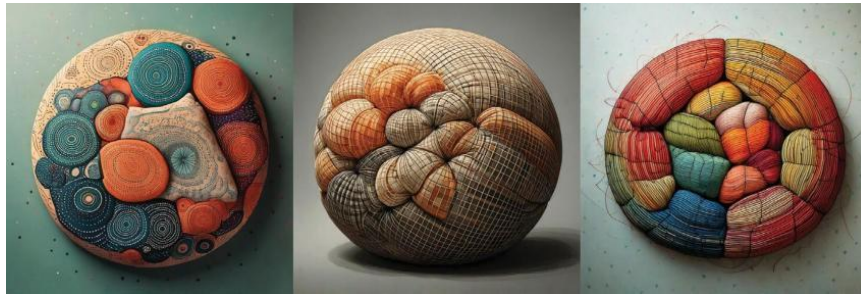
3.6 TEORI BENTUK

Konsumen secara tidak sadar membentuk penilaian emosional terhadap bentuk. Meskipun konsep-konsep ini tidak bersifat mutlak, pemahaman tersebut sangat berguna bagi perancang grafis dalam merancang logo maupun materi pemasaran. Seniman komersial memanfaatkan bentuk sebagai sarana penuntun yang halus dan bersifat bawah sadar dalam memengaruhi persepsi audiens. Setiap bentuk memiliki pesan implisit yang disampaikan kepada pengamat. Pesan ini bekerja pada tingkat psikologis, sehingga mampu membentuk kesan, makna, dan asosiasi tertentu tanpa disadari secara langsung oleh konsumen. Oleh karena itu, pemilihan bentuk dalam desain bukanlah keputusan estetis semata, melainkan juga keputusan strategis dalam komunikasi visual. Secara dua dimensi, bentuk-bentuk dasar pada dasarnya diturunkan dari tiga konfigurasi utama, yaitu persegi, segitiga, dan lingkaran. Ketiga bentuk dasar ini menjadi fondasi bagi hampir seluruh bentuk visual lainnya dan masing-masing membawa karakter serta makna simbolik yang berbeda dalam konteks desain grafis.

Bentuk Melingkar

Elips, lingkaran, dan bentuk bola dipersepsikan sebagai bentuk yang lembut, nyaman, dan aman. Bentuk-bentuk ini sering diasosiasikan dengan kesan kehangatan, kenyamanan,

keamanan, dan kelembutan, bahkan dapat menimbulkan asosiasi rasa yang manis. Secara visual dan psikologis, bentuk melingkar berkaitan erat dengan objek-objek yang memberikan rasa perlindungan dan kenyamanan, seperti bantal, kasur, serta jaket musim dingin. Oleh karena itu, dalam desain grafis dan periklanan, bentuk melingkar kerap digunakan untuk menyampaikan pesan yang bersifat ramah, menenangkan, dan bersahabat.



Gambar 3.15

Rincian Praktikum Prompt Firefly: “Gambar tangan berbentuk persegi, persegi panjang, dan kubus yang disusun sedemikian rupa sehingga menyerupai sebuah kotak kayu.”

Bentuk Bersudut (Angular Shapes)

Persegi panjang, persegi, poligon, trapesium, dan kubus termasuk dalam kategori bentuk bersudut yang bersifat keras dan kokoh. Bentuk-bentuk ini memiliki atribut kekuatan, kestabilan, dan daya tahan. Secara visual dan psikologis, bentuk bersudut sering diasosiasikan dengan objek-objek fungsional dan struktural, seperti batu bata, meja, dan pisau, yang menekankan kesan ketegasan, keandalan, serta utilitas.



Gambar 3.16

Rincian praktikum prompt firefly: “ilustrasi gambar tangan berupa persegi, persegi panjang, dan kubus yang disusun sedemikian rupa sehingga membentuk tampilan sebuah kotak kayu.”

Bentuk Tiga Sisi

Segitiga, piramida, dan kerucut merupakan bentuk yang memiliki tiga sisi dan tiga sudut, serta mengandung beragam konotasi visual dan psikologis. Bentuk ini sering diasosiasikan dengan kesan ketegangan dan risiko, sekaligus memiliki kemampuan kuat dalam mengarahkan pandangan mata. Dalam komposisi visual, bentuk tiga sisi dapat menciptakan rasa keseimbangan maupun ketidakseimbangan, tergantung pada orientasi dan

penempatannya.

Secara simbolik, bentuk ini juga dikaitkan dengan kesan dinamis dan “tajam” (spicy), karena sudut-sudutnya yang runcing menimbulkan energi visual yang aktif. Contoh penerapannya dapat ditemukan pada rambu lalu lintas, piramida, penunjuk arah, serta berbagai elemen desain yang menekankan gerak dan perubahan.



Gambar 3.17

Rincian Praktikum Prompt Firefly: “Gambar tangan segitiga terbalik yang disusun membentuk sebuah segitiga besar.” “Gambar tangan segitiga yang disusun membentuk kerucut halus.” “Gambar tangan piramida yang disusun membentuk piramida halus.”

Segitiga dan Maknanya

Segitiga memiliki beragam makna visual dan simbolis tergantung orientasinya. **Segitiga tegak** memberikan kesan stabil, kokoh, dan seimbang, mirip piramida kuno, serta sering melambangkan kebesaran atau superioritas. Sebaliknya, **segitiga terbalik** terasa berat di atas, tidak stabil, dan kurang seimbang, sehingga memberi kesan konflik, ketegangan, atau aksi. Bentuk segitiga juga sering digunakan pada rambu lalu lintas yang memberi peringatan atau menunjukkan bahaya.

Sebagai bentuk tiga sisi, segitiga dapat menandakan perubahan dan banyak dimanfaatkan dalam logo perusahaan. Misalnya, tiga garis pada logo Adidas membentuk segitiga yang melambangkan gunung—sebagai metafora untuk mendorong diri, mengatasi tantangan, dan mencapai prestasi maksimal. Logo Reebok, “Reebok Delta,” terdiri dari tiga bagian terpisah, masing-masing melambangkan perubahan fisik, mental, dan sosial ketika seseorang mendorong batas kemampuannya.

Segitiga juga menciptakan gerak visual dan mengarahkan pandangan pemirsa. Mata cenderung mengikuti arah segitiga hingga ujungnya: segitiga tegak mengarahkan perhatian secara vertikal, sementara segitiga miring mengarahkan pandangan secara horizontal, misalnya pada daftar berpoin. Perancang grafis menggunakan segitiga sebagai alat **penunjuk arah visual**, membantu memfokuskan perhatian audiens pada elemen penting dalam sebuah desain.



Gambar 3.18

Rincian Praktikum Prompt Firefly: “Segitiga terbalik mengambang di latar biru, jatuh dan hancur.” “Piramida Mesir kuno.” “Segitiga kuning polos seperti rambu jalan dengan latar langit biru dan awan, tersedia ruang untuk teks; orientasi horizontal.” Catatan: AI tidak mampu menghasilkan gambar “rambu jalan *yield*” ketika diminta secara spesifik.

Teori Teks (Text Theory)

Jika seorang perancang grafis memandang halaman sebagai desain tiga dimensi, maka sisi halaman dapat diibaratkan seperti **margin** pada sebuah bangunan. Penempatan teks dan gambar terlalu dekat dengan tepi membuat mata pembaca tidak memiliki “ruang untuk beristirahat.” Oleh karena itu, lebih baik menggunakan margin yang cukup lebar daripada margin yang terlalu sempit. Margin tidak harus sama ukurannya di semua sisi, meskipun banyak orang merasa nyaman dengan margin yang seimbang. Sebagai variasi, desainer dapat memberikan lebih banyak ruang di bagian atas dan bawah dibandingkan sisi kiri dan kanan. Jika tujuan desain adalah menciptakan ketegangan atau dinamika visual, teks dapat ditempatkan dekat gambar atau area berwarna tertentu, namun tidak menempel di semua tepi halaman. Strategi ini membantu mengarahkan pandangan pembaca dan menyeimbangkan kenyamanan visual dalam tata letak.

CAPTIONDICT

Gambar 3.19 Huruf Kapital Sulit Dibaca Karena Bentuknya Kurang Distingtif



Gambar 3.20 Huruf Besar-Kecil Lebih Mudah Dibaca Karena Kejelasan Bentuknya



Terlalu banyak atau terlalu sedikit ruang antarbaris (*leading*) membuat pembaca kesulitan menemukan baris teks berikutnya. Sebuah penelitian oleh Universitas Harvard tentang desain untuk keterbacaan optimal di internet menemukan bahwa teks yang ditulis seluruhnya dengan huruf kapital menurunkan keterbacaan, karena bentuk kata menjadi seperti persegi panjang dan sulit dikenali berdasarkan bentuk kata itu sendiri.

Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa penggunaan huruf kecil dan teks yang rata kiri meningkatkan keterbacaan dan pemahaman. Tidak mengejutkan, penelitian ini menemukan bahwa teks dengan kontras rendah terhadap latar belakang membuat membaca menjadi sulit. Sebaliknya, kontras yang terlalu tinggi antara teks dan latar juga dapat menimbulkan masalah keterbacaan. Hasilnya menyarankan penggunaan desain dengan kontras sedang, misalnya teks hitam pada latar krem atau putih agak redup, untuk keseimbangan antara keterbacaan dan kenyamanan visual.

3.7 ATURAN DESAIN YANG MENARIK – B.U.L.L.I.T.S.

Untuk menciptakan desain yang menarik, ada tujuh pedoman yang dikenal dengan akronim **B.U.L.L.I.T.S.**:

1. **Balance (Keseimbangan):**

Jika desain akhir sulit dilihat, tidak ada ruang bagi mata untuk beristirahat, atau elemen-elemen tidak saling melengkapi, maka desain tersebut gagal. Ruang, grafik, gambar, dan font harus bekerja secara visual bersama-sama.

2. **Use three fonts or less (Gunakan maksimal tiga font):**

Meski komputer memiliki ribuan font, seorang desainer tidak harus menggunakan semuanya. Sisakan beberapa untuk desain berikutnya. Logo perusahaan bukan bagian dari aturan ini karena bersifat elemen visual unik; menggunakan font logo di tempat lain akan mengurangi keunikannya.

3. **Large, medium, and small (Besar, sedang, dan kecil):**

Jika semua elemen memiliki ukuran yang sama, mata pembaca akan bingung menentukan fokus. Perbedaan ukuran menciptakan **hierarki visual** yang memudahkan pembaca menangkap pesan utama.

4. **Light, medium, and dark tones (Nada terang, sedang, dan gelap):**

Desain harus menarik perhatian terlebih dahulu, kemudian mudah diingat. Nada warna bekerja efektif ketika gambar dan teks memiliki kontras atau keselarasan warna. Font yang lebih tebal akan tampak lebih gelap dibandingkan font tipis untuk menekankan elemen penting.

5. **Inspiration from everything (Inspirasi dari segala hal):**

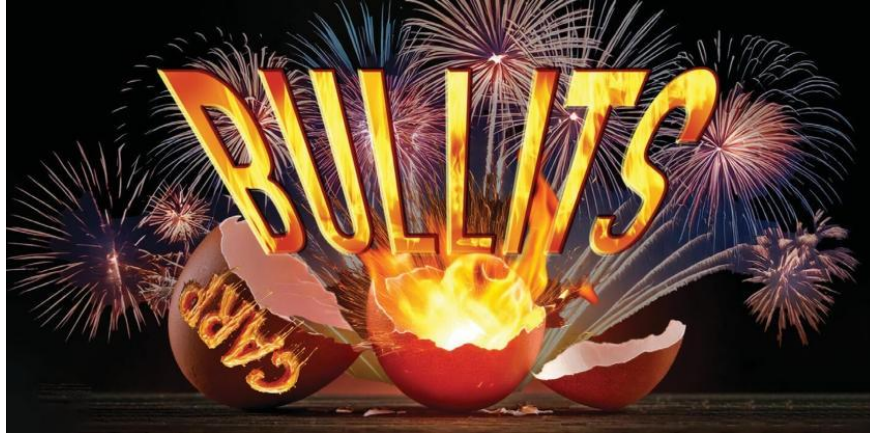
Buatlah perpustakaan mental dan fisik dari semua desain yang baik—meski hanya sebagian kecil—sebagai referensi untuk karya mendatang.

6. **Typos kill a design (Kesalahan ketik merusak desain):**

Aturan ini mutlak benar—klien maupun pengamat tidak mentolerir kata yang salah eja. Gunakan pemeriksa ejaan dan baca teks dengan keras untuk memastikan ketepatan.

7. **Solve the problem (Selesaikan masalah):**

Jika desain akhir indah tetapi tidak menyelesaikan masalah yang dimaksud, maka harus dibuang. Kecantikan semata tidak cukup; desain harus efektif dalam menyampaikan pesan.



Gambar 3.21

Rincian praktikum firefly: Berbagai deskripsi prompt Firefly digunakan untuk membuat tiga gambar. Express digunakan untuk membuat tipografi, namun kata CRAP tidak dapat dihasilkan karena melanggar pedoman penggunaan. Semua elemen kemudian digabungkan dan disempurnakan menggunakan Photoshop.



Gambar 3.22 Desain Gedung 3D: Fokus Pada Kesenambungan Visual, Sistem Kisi, Dan Skala Yang Menarik Perhatian

3.8 WAKTU MEMBAWA SOLUSI

Desain adalah sebuah proses yang berkembang seiring waktu—menemukan dan memahami hubungan antar elemen desain membutuhkan kesabaran. Hal ini mirip dengan pengalaman memasuki ruangan gelap: mata perlu waktu untuk menyesuaikan diri dengan objek di sekitarnya. Desain harus berkembang dari hubungan dasar menuju hubungan yang lebih kompleks dan terperinci. Proses ini dimulai dengan memahami konten secara mendalam. Baca setiap kata dalam teks, pahami maknanya, mengapa teks itu dibuat, dan tujuan publikasinya. Selanjutnya, ketahui siapa pembacanya, serta motivasi dan minat mereka. Akhirnya, kembangkan strategi untuk menyampaikan pesan dengan cara yang paling efektif



dan menguntungkan bagi pembaca.

Learning Library Exercise — Lines

Untuk bagian tugas ini, komputer tidak diperlukan. Siapkan kertas atau kertas transparan serta pensil nomor 2. Anda juga dapat menggunakan pensil atau pena dengan ketebalan berbeda untuk mengerjakan tugas ini. Buatlah tujuh kata deskriptif yang diberikan dengan hanya menggunakan garis. Hindari menggambar manusia, latar, atau bentuk/benda yang mudah dikenali. Garis-garis yang dibuat harus bersifat bebas dan mampu menyampaikan nuansa atau perasaan dari kata tersebut. Beri label pada setiap gambar garis sesuai dengan subjeknya. Gunakan satu halaman untuk setiap subjek agar setiap ekspresi visual dapat tersampaikan dengan jelas. Menari (ingat, tanpa orang lain).

- Dancing: Gunakan garis-garis yang bergerak luwes dan ritmis untuk mengekspresikan gerakan, tanpa menggambar manusia.
- Sleeping: Buat garis-garis lembut, melengkung, atau bergelombang untuk menciptakan kesan ketenangan dan istirahat, hindari simbol “Z”.
- Noisy: Ciptakan garis-garis tajam, acak, atau bertumpuk untuk menunjukkan kebisingan, tanpa gambar yang mudah dikenali.
- Digging: Gambarkan garis-garis yang menekankan gerakan menekan atau mendorong ke bawah, tanpa menggunakan sekop atau alat.
- Dreaming: Gunakan garis-garis melayang, melingkar, atau berlapis-lapis untuk mengekspresikan suasana imajinatif, hindari awan atau domba.
- Falling: Buat garis-garis diagonal atau menurun yang menampilkan gerakan jatuh, tanpa menggambar orang.
- Scared: Ciptakan garis-garis terputus, tajam, atau bergerak ke berbagai arah untuk menimbulkan ketegangan atau rasa takut, tanpa menampilkan teriakan atau mata terbuka lebar.



BAB 4

MENDESAIN DENGAN ALAT KECERDASAN BUATAN

4.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada akhir bab ini, pembaca akan mampu menyelesaikan proyek pemasaran menggunakan *prompt* Kecerdasan Buatan. Mereka akan dapat mengeksplorasi berbagai opsi ChatGPT. Pembaca juga akan mampu merangkum cara menggunakan bilah tugas kontekstual di Adobe Photoshop.

Profesional terminologi

Kecerdasan Buatan	Kecerdasan mekanis yang dapat mengeksekusi solusi visual dan verbal.
Body Copy	Konten berbentuk paragraf yang menyampaikan pesan.
ChatGPT	Alat bahasa OpenAI yang merespons dari sumber internet dan basis data.
Draft	Ide yang perlu diedit tata bahasa dan ejaan sebelum dipublikasikan.
Format	Ukuran, bentuk, dan penggunaan desain dalam cetak, grafis bergerak, atau internet.
Generate	Menggunakan informasi yang tersedia untuk menghasilkan solusi potensial.
Hi-res	Kualitas gambar yang sesuai untuk dicetak.
Pemasaran	Rencana strategis untuk mempromosikan layanan, acara, atau produk merek.
Menu	Daftar opsi untuk mempersempit hasil.
Parafrase	Menyusun ulang frasa atau kalimat tanpa mengubah makna.
Photoshop	Alat Adobe untuk mengedit, memperbaiki, dan memanipulasi gambar secara digital.
Pixel	Unit informasi visual yang membentuk gambar atau komunikasi.
Prompt	Masukan yang mengarahkan alat AI untuk menghasilkan solusi.
Resolusi	Jumlah piksel yang digunakan untuk menghasilkan gambar.

4.2 AI AKAN MENGUBAH DESAIN GRAFIS

Pada Mei 2023, kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) menjadi terjangkau bagi hampir semua orang yang memiliki akses internet. AI merupakan teknologi baru yang membuka peluang pekerjaan baru bagi desainer grafis. Ketika desainer membahas AI dengan orang lain, sering kali ditemukan bahwa banyak orang mengenal istilah tersebut, tetapi belum memahami cara kerjanya dan kemampuannya. Sejumlah desainer grafis memiliki kekhawatiran yang sah terkait kemungkinan hilangnya pekerjaan akibat AI, karena teknologi ini dapat menghasilkan gambar dan konten tulisan secara otomatis. Namun, desainer yang mahir menggunakan Photoshop dan perangkat lunak desain lainnya dapat mengembangkan kemampuan mereka melalui AI dan meraih kesuksesan. Sebaliknya, desainer yang tidak menguasai AI berisiko kehilangan pekerjaan. Sejarah menunjukkan bahwa setiap inovasi



teknologi mengubah lanskap industri kreatif. Penemuan huruf cetak mengubah industri buku, komputer mengubah bisnis desain komersial, ledakan fotografi stok yang terjangkau dan kemajuan teknologi ponsel berdampak besar pada fotografer profesional, sementara Photoshop sangat memengaruhi retoucher. Perkembangan teknologi akan terus terjadi, sehingga para kreator dituntut untuk selalu menguasai pengetahuan teknis baru dan mengintegrasikannya dalam proses kreatif; jika tidak, mereka akan tertinggal.

Bagi desainer, AI merupakan alat tambahan untuk meningkatkan dan memperkaya proses kreatif. Namun, perlu dipahami bahwa AI, seperti perangkat lunak lainnya, memiliki keterbatasan. Pembuatan konten berbasis AI bergantung pada prompt kata, sehingga desainer harus lebih ahli dari orang awam dalam merumuskan solusi menggunakan istilah pemasaran dan penjualan. Untuk pembuatan gambar, desainer perlu memahami istilah desain serta mampu mendeskripsikan secara verbal foto, gambar, dan ornamen tipografi untuk mendukung proses generasi gambar. Generator AI terus berkembang dengan hasil yang semakin beragam. Bab ini hanya merupakan pengantar untuk alat AI; setelah menekuni AI, desainer akan menemukan banyak pilihan dan solusi.



Gambar 4.1 Sejarah Perkembangan Desain Grafis

Rincian: Praktikum ini melibatkan penggabungan gambar dari Adobe Stock dengan ikon menggunakan Adobe Photoshop. Prosesnya mencakup penggunaan masker untuk melunakkan tepi dengan alat kuas yang memiliki kekerasan 0. Selanjutnya, lapisan-lapisan digandakan dan diberi filter gerakan untuk menghasilkan efek visual yang diinginkan. Dengan menguasai kemampuan memberikan prompt yang tepat untuk menghasilkan gambar, lalu memodifikasi gambar agar sesuai dengan desain yang diinginkan, seorang desainer grafis akan berada di garis depan teknologi AI. AI kini menjadi istilah yang sangat dicari dalam lowongan pekerjaan desain grafis. Berbagai opsi AI yang terjangkau sudah tersedia, misalnya Google Lab SGE (Search Generative Experience) melalui Chrome yang dapat membuat gambar setelah mendaftar, Microsoft Edge yang menawarkan pembuatan gambar melalui Bing, dan salah satu generator gambar AI terbaik adalah Adobe Firefly. Desainer grafis yang memiliki keterampilan menulis terbatas tetap memiliki berbagai opsi untuk pembuatan konten. Namun, mereka tetap perlu merevisi dan menyempurnakan materi yang dihasilkan. Meskipun AI dapat mencukupi tahap tata letak desain, jasa copywriter mungkin masih diperlukan. Alur kerja yang

efektif dapat berupa penggunaan generator konten AI secara umum, seperti ChatGPT, lalu menerapkan hasilnya pada generator materi yang lebih khusus untuk pengeditan konten, seperti Quillbot. Konten yang dihasilkan mungkin mengandung ketidakakuratan, kata-kata berlebihan, dan memerlukan penyuntingan agar sesuai dengan pesan profesional akhir.

Sebelum memulai pembuatan gambar, seorang desainer grafis harus terlebih dahulu menguasai keterampilan menyusun kata. Karena fokus utama desain adalah menyampaikan pesan kepada pelanggan, desainer harus belajar cara memberikan prompt yang efektif untuk AI dalam proses pembuatan gambar.

4.3 MEMBUAT KONTEN TERTULIS

Buku ini tidak memberikan panduan menjadi seorang copywriter. Untuk meningkatkan kualitas konten desain, seorang desainer sebaiknya mempertimbangkan bekerja sama dengan penulis. Karya pemasaran secara keseluruhan akan lebih kuat ketika sekelompok individu visioner berpartisipasi dalam sesi brainstorming kolaboratif. Solusi inovatif biasanya lebih efektif ketika melibatkan tim yang kreatif dalam diskusi ide.



Gambar 4.2 Pengenalan Chatgpt Dalam Desain

Rincian: Praktikum AI ini melibatkan penggabungan gambar stok, gambar dari Adobe Firefly, dan ikon ChatGPT menggunakan Adobe Photoshop. Prosesnya mencakup penggunaan masker dan alat kuas untuk melunakkan serta memadukan lapisan. Lapisan GPT yang digandakan diberi pengaturan soft light untuk menghasilkan efek pencahayaan yang lembut.

Alat komposisi berbasis AI bermanfaat dan menghemat waktu dalam komunikasi tertulis, tetapi tetap rentan terhadap kesalahan. Disarankan agar desainer mencatat istilah penting yang muncul selama interaksi dengan klien dan melakukan pencarian di internet untuk menemukan istilah tambahan yang relevan. Pesan yang disampaikan harus menekankan manfaat layanan atau produk sekaligus menanggapi permasalahan yang dihadapi konsumen. Pilih kata-kata yang bersifat tindakan dan emosional agar tercipta koneksi dengan calon pelanggan.

Memahami karakteristik umum pasar sasaran—seperti usia, pendapatan, minat, hobi, dan gaya hidup—sangat penting untuk merancang dan menulis konten yang efektif. Pengembangan narasi meliputi pemeringkatan kata sifat, kata kerja, dan frasa tiga hingga empat kata berdasarkan tingkat pentingnya. Buat kategori deskripsi, lalu perkecil daftar tersebut menjadi 12 elemen utama yang paling relevan dengan produk atau layanan klien.



Pertimbangkan nada yang ingin digunakan dalam desain serta hasil pesan yang diinginkan. Pelajari pesaing dan gunakan sebagai sumber inspirasi.

4.4 CHATGPT: ALAT YANG BERMANFAAT

Didirikan pada 2015, OpenAI menjadi salah satu perusahaan pertama yang menyediakan kecerdasan buatan dengan biaya terjangkau. Perusahaan ini mengalami pertumbuhan pesat pada 2023 saat merilis ChatGPT. OpenAI menghabiskan sekitar Rp.7 miliar setiap hari untuk menjalankan ChatGPT, dengan langganan sebagai sumber pendapatan utama selain investor. Meskipun ChatGPT tersedia gratis, pada jam sibuk layanannya bisa sangat lambat atau bahkan tidak dapat diakses. ChatGPT-4 tersedia untuk pelanggan dengan biaya \$20 per bulan, memberikan akses tanpa batas. Selain menghasilkan teks, pengguna juga dapat membuat gambar berbasis prompt, meskipun fungsi ini terbatas kecuali pelanggan membeli token tambahan. Tersedia juga langganan korporat, dengan biaya bervariasi berdasarkan penggunaan dan jumlah pengguna.

OpenAI tidak melakukan pemeriksaan fakta, sehingga konten ChatGPT yang berasal dari basis data dan internet berpotensi mengandung kesalahan. Verifikasi keabsahan informasi sangat dianjurkan, karena menurut Forbes, pernah terjadi litigasi cedera pribadi di mana seorang pengacara menggunakan ChatGPT untuk merujuk kasus palsu. ChatGPT tidak terlalu akurat dalam aritmatika atau pemeriksaan plagiarisme. Meskipun guru telah mencoba memanfaatkan GPT untuk mendeteksi plagiarisme atau konten AI, ChatGPT tetap netral mengenai apakah suatu teks dibuat manusia atau AI.

Potensi aplikasi AI terlihat tak terbatas. AI dapat digunakan untuk membuat kontrak freelancing bagi desainer grafis serta menganalisis dan mengevaluasi kampanye pemasaran. Terdapat sistem AI yang mampu menghasilkan visual dan memberikan saran. Layanan ChatGPT biasanya disertai penafian seperti: "Meskipun kami memiliki pengaman, ChatGPT dapat memberikan informasi yang tidak akurat. Layanan ini tidak dimaksudkan sebagai nasihat profesional."

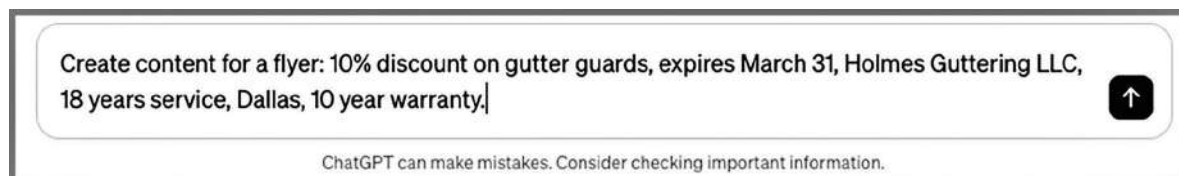
Untuk mengakses ChatGPT, kunjungi website ChatGPT dan buat akun gratis. Jika tidak ingin membuat akun, tersedia alternatif seperti Merlin atau ChatGPT Writer. OpenAI akan mengirim email untuk verifikasi identitas agar hanya individu yang sah dapat mengakses layanan. Setelah itu, pengguna diminta memasukkan nama, tanggal lahir, dan nomor telepon untuk menerima kode tambahan.

Untuk menghindari pembuatan akun, ada opsi untuk menggunakan Merlin atau ChatGPT Writer. Open AI akan mengirimkan email untuk verifikasi identitas, memastikan bahwa hanya individu yang berwenang yang dapat mengaksesnya. Selanjutnya, Anda akan diminta untuk memberikan nama dan tanggal lahir Anda. Kemudian, Anda akan memberikan nomor telepon untuk mengirimkan kode tambahan.

Demonstrasi: Generasi AI di ChatGPT

Kunjungi OpenAI di openai.com/chatgpt dan gulir ke bawah ke bagian "Tanyakan apa

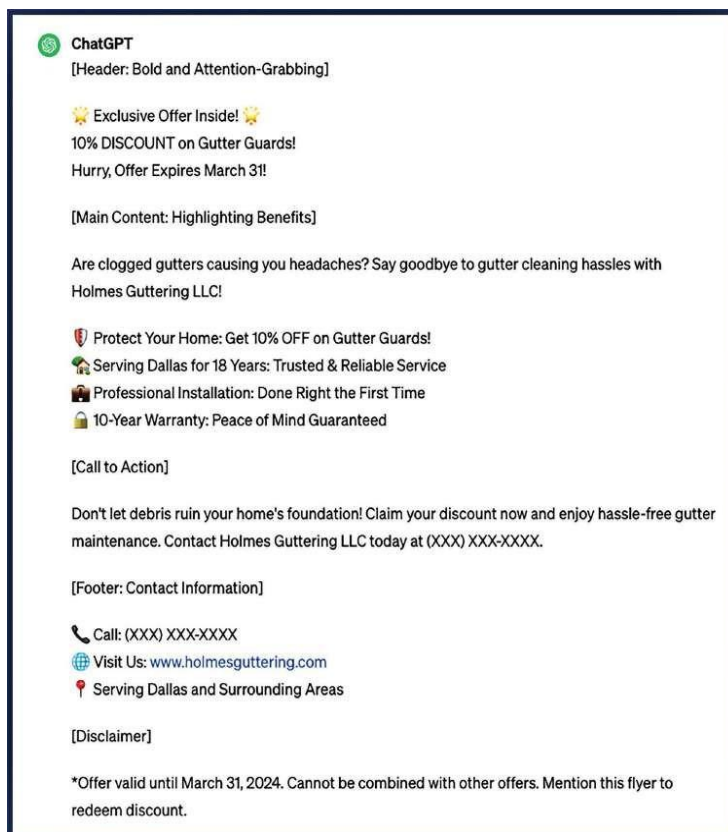
saja kepada saya”. Jika Anda menjadi seorang freelancer, bagian “Ajari saya bernegosiasi” mungkin berguna nanti, tetapi untuk saat ini gulir ke bawah ke “Paket” dan pilih “Gratis > Coba di web” yang akan membawa Anda ke kolom isian.



Gambar 4.3 Tangkapan Layar Jendela Prompt AI Chatgpt.

Di kolom Pesan, ketik: Buat iklan untuk Talang: Diskon 10% untuk pelindung talang, berakhir 31 Maret, Holmes Guttering LLC, 18 tahun pelayanan, Dallas, garansi 10 tahun. Dari beberapa kata prompt tersebut, salinan penjualan dasar akan dihasilkan: Pastikan rumah Anda terlindungi! Holmes Guttering LLC mempersembahkan penawaran eksklusif: Diskon 10% untuk Pelindung Talang! Dengan 18 tahun pelayanan yang berdedikasi di Dallas dan garansi 10 tahun yang solid, percayakan kepada kami untuk menjaga talang Anda bebas dari puing-puing dan rumah Anda terlindungi. Tapi bertindak cepat! Penawaran ini berakhir pada 31 Maret! Perhatikan bahwa GPT telah memperbaiki kata-kata yang tidak diberi tanda hubung. Susunan kalimatnya sedikit tidak akurat—kalimat awal memberikan kesan bahwa Anda adalah perusahaan keamanan. Anda harus mempertimbangkan untuk menggantinya dengan frasa seperti “Cara terjangkau untuk melindungi rumah Anda dari kerusakan akibat cuaca.” Klien talang Anda memberi tahu Anda dalam pengarahannya bahwa pelindung talang tidak sepenuhnya menghilangkan kebutuhan perawatan.

Oleh karena itu, disarankan untuk tidak menyertakan pernyataan "jaga talang Anda bebas dari puing-puing dan rumah Anda terlindungi" dalam iklan. Melakukan riset tentang "pelindung talang" dan berdiskusi dengan pelanggan Anda memberikan keuntungan dalam konteks ini, karena kecerdasan buatan mengambil informasi dari internet tanpa membedakan keakuratannya. Sangat penting untuk selalu memverifikasi keakuratan informasi tersebut. GPT menggunakan petunjuk 18 kata untuk menulis konten iklan 54 kata yang harus sesuai dengan



Gambar 4.4 Tangkapan Layar Jendela Permintaan AI ChatGPT.



tata letak tanpa membuat pembaca kewalahan. Sekarang, susunan kata yang telah disempurnakan akan berbunyi: Cara terjangkau untuk melindungi rumah Anda dari kerusakan cuaca! Holmes Guttering LLC mempersembahkan penawaran eksklusif: Diskon 10% untuk Pelindung Talang! Dengan 18 tahun layanan yang berdedikasi di Dallas dan garansi 10 tahun yang solid, percayakan kepada kami untuk memasang talang yang sempurna untuk rumah Anda. Tapi bertindak cepat! Penawaran ini berakhir pada 31 Maret!

Sebagai contoh perbedaan antara narasi, masukkan perintah "Buat konten untuk selebaran pinggir jalan:" diikuti dengan kata-kata perintah yang sama untuk menghasilkan salinan penjualan untuk selebaran. Selain menerima konten, perhatikan bahwa hal itu memberikan alur verbal dengan hierarki.

Pernyataan deskripsi dalam tanda kurung harus dihapus. Tampaknya GPT menganggap dirinya sebagai perancang dan telah memasukkan elemen grafis. Konsep desain ChatGPT kurang profesional dan terlalu sederhana. Desain brosur adalah tanggung jawab Anda. Dengan mendaftar, ChatGPT akan menyimpan riwayat Anda, memungkinkan Anda mengakses konten yang telah Anda minta di masa mendatang. Untuk menggunakan GPT di lain waktu, simpan <https://chat.openai.com/auth/login> sebagai bookmark untuk masuk ke akun gratis Anda. Tersedia banyak penulis konten AI, tetapi seniman grafis harus selalu memeriksa fakta. Pemasar menggunakan generator AI ini untuk menghasilkan konten untuk blog, postingan, media sosial, iklan, dan brosur. Generator ini tidak direkomendasikan untuk artikel dan buku karena kurangnya orisinalitas dan potensi masalah. Baik generator kecerdasan buatan gratis maupun berbayar tersedia untuk digunakan:

1. ChatGpt memiliki opsi narasi yang fleksibel dengan batas 3000 kata per penggunaan.
2. ContentBot memiliki templat dengan batasan harian 2000 kata.
3. Copy.ai dapat mengotomatiskan tindakan yang membosankan. Ia memiliki batasan harian 2000 kata per bulan.
4. Jasper AI membuat deskripsi produk, biografi perusahaan. Ia memiliki uji coba gratis 7 hari dan kemudian biaya bulanan.
5. HyperWrite membuat cerita dengan batasan bulanan berdasarkan kredit.

Alat parafrase AI dapat memperbaiki kesalahan ketik, kesalahan tata bahasa, dan menyesuaikan tanda baca yang salah tempat. Lima alat parafrase AI populer yang tersedia secara gratis:

1. Grammarly mendeteksi plagiarisme. Ia memiliki batasan harian 150.000 kata.
2. Quillbot dapat meningkatkan konten dengan batasan parafrase 125 kata sekaligus.
3. Wordtune dapat meringkas dan memiliki batasan 10 penulisan ulang dan saran AI.
4. Ahrefs memiliki alat audit situs optimasi mesin pencari, dan alat ini menggunakan kredit berbayar.

Di QuillBot.com/flow, seorang desainer memiliki kesempatan untuk membuat akun gratis dengan masuk menggunakan alamat email Anda atau memilih dari alternatif yang disediakan. Kemudian, lengkapi kuesioner singkat dan navigasikan ke opsi parafrase. Pilih gaya bahasa dari berbagai pilihan termasuk Standar, Akademik, Formal, atau Kreatif.

Namun, hanya opsi Standar dan Kelancaran yang dapat diakses tanpa berlangganan.

Salin dan tempel materi GPT yang telah dimodifikasi ke iklan dan pilih tombol parafrase. Istilah-istilah tertentu akan disorot dengan warna oranye, menunjukkan bahwa istilah tersebut dapat diganti dengan istilah lain. Metode hemat biaya untuk mencegah kerusakan cuaca pada rumah Anda! Diskon 10% untuk Pelindung Talang adalah penawaran khusus dari Holmes Guttering LLC! Anda dapat mengandalkan kami untuk memasang talang yang ideal untuk properti Anda karena kami memiliki 18 tahun layanan yang berdedikasi di Dallas dan garansi 10 tahun yang dapat diandalkan. Tapi bertindak cepat! Promosi ini berakhir pada 31 Maret! Susunan kalimat baru ini sedikit lebih panjang, yaitu 59 kata. Anda memiliki opsi untuk mengubah susunan kalimat dengan memilih opsi "Persingkat". Fungsi ini merupakan opsi berlangganan.



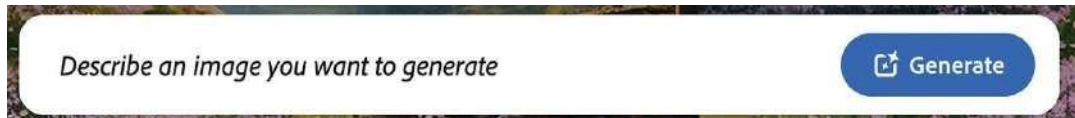
Gambar 4.5 Tangkapan Layar Opsi Gambar Yang Dibuat AI Dengan Adobe Firefly.

4.5 MENGGUNAKAN ALAT AI UNTUK MEMBUAT GAMBAR

Gambar yang dihasilkan dengan alat AI seperti Firefly belum siap untuk dipublikasikan. Gambar-gambar tersebut dapat memberikan inspirasi, tetapi perlu penyesuaian dan revisi oleh seniman grafis. Firefly memiliki pengisian generatif, dan pengisian generatif bilah tugas kontekstual Photoshop sangat direkomendasikan karena opsinya. Dengan kontrol yang lebih besar dan kemampuan untuk melakukan penyesuaian, seniman grafis dapat secara efektif menciptakan gambar atau efek yang mereka bayangkan.

Firefly tersedia sebagai bagian dari keanggotaan Creative Cloud, atau dapat digunakan secara gratis, meskipun dengan jumlah penggunaan yang terbatas. Selain itu, ada opsi untuk melakukan pembayaran bulanan atau tahunan. Namun demikian, penting untuk diingat bahwa alat ini hanyalah sarana untuk mencapai tujuan. Untuk memanfaatkannya secara efektif, seniman grafis harus terlibat dalam pemikiran kritis, perencanaan strategis, dan menggunakan alat desain lain untuk menyelesaikan konsep mereka.

Mulailah dengan memilih kata-kata yang secara akurat menyampaikan makna yang dimaksud dari pesan tersebut. Dokumentasikan tujuan visualnya. Tujuannya adalah untuk menghasilkan sejumlah solusi yang dapat diimpor sebagai file berlapis ke Adobe Photoshop dan dimodifikasi agar sesuai dengan desain dan komunikasi. Kunjungi <https://firefly.adobe.com/> dan jelajahi opsi yang tersedia. Adobe Firefly tidak dapat membuat latar belakang transparan pada gambar yang dibuatnya, jadi deskripsikan gambar dengan latar belakang sederhana untuk kemudian dihilangkan di Photoshop. Generator AI opsional tersedia, seperti generator gambar AI baru dari Midjourney yang memiliki biaya bulanan.



Gambar 4.6 Tangkapan Layar Jendela Prompt AI Firefly.

4.6 DEMONSTRASI: PEMBUATAN AI DI ADOBE FIREFLY

Desain ini menampilkan ilustrasi yang menggambarkan tangan robot memegang bola kristal. Deskripsi potensial untuk prompt Firefly bisa berupa "tangan robot memegang bola kristal." Namun, proses pembuatan gambar di Photoshop akan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menghilangkan elemen yang kontras dan latar belakang agar tercipta ruang untuk teks dan menambahkan latar belakang yang menarik. Prompt Firefly adalah menghasilkan "tangan robot memegang bola kristal dengan latar belakang gradasi biru muda; fokus pada ruang untuk teks." Firefly akan menyediakan empat alternatif untuk Anda pilih agar dapat melanjutkan. Klik pada gambar untuk mengunduh agar dapat digunakan nanti di Photoshop.



Gambar 4.7 Tangkapan Layar Jendela Opsi AI Firefly.

Untuk merevisi visual, terdapat pilihan yang terletak di menu tab sebelah kiri. Pilih dari petunjuk berikut di menu sebelah kiri situs: Pengaturan Umum pilih rasio aspek; Jenis Konten pilih Seni. Efek pilih Gerakan dan gaya seni yang telah dibahas di Bab 9 atau 10. Komposisi harus menampilkan gambar referensi untuk generasi berikutnya. Abaikan gambar di Referensi; Klik tombol Hasilkan dan pilih satu atau beberapa gambar untuk diunduh.



Gambar 4.8 Tangkapan Layar Opsi Gambar Yang Dibuat AI Dengan Adobe Firefly.

Gambar ini dapat dimanipulasi untuk brosur. Di Photoshop, ganti latar belakang dengan latar belakang baru yang dibuat di Photoshop, Firefly, atau foto stok. Sesuaikan kontras, perpanjang lengan robot, dan berikan fokus pada desain. Setelah gambar siap,

tambahkan teks dan tunjukkan keahlian tipografi Anda. Disarankan untuk menyertakan pernyataan penafian: Gambar ini sebagian dibuat menggunakan alat AI seperti Adobe Firefly dan Photoshop AI dan telah ditingkatkan secara signifikan oleh kecerdasan manusia.

4.7 GUNAKAN ISTILAH DESAIN DENGAN AI

Bereksperimenlah dengan membuat gambar di Adobe Firefly. Seniman grafis dapat membawa gaya desain ke dalam pembuatan gambar. Pada Photo Grid 1 yang diberi petunjuk "tangan robot bergaya art deco memegang bola kristal, ruang untuk teks" menciptakan kesan yang berbeda dari Photo Grid 2 yang diberi petunjuk "tangan robot bergaya Bauhaus memegang bola kristal, ruang untuk teks." Photo Grid 3 memiliki arah dan target pasar yang berbeda dengan "tangan robot realistis foto gelap dan muram memegang bola kristal, ruang untuk teks" daripada Photo Grid 4 yang berupa "gambar anime ceria tangan robot memegang bola kristal, ruang untuk teks."



Gambar 4.9 Tangkapan Layar Opsi Gambar Yang Dibuat AI Dengan Adobe Firefly.

Demonstration: AI Generation in Adobe Express

Adobe Express dapat diakses melalui Creative Cloud. Alat ini bermanfaat untuk menghasilkan postingan gambar untuk media sosial dan iklan internet dengan memanfaatkan callout desain untuk menghasilkan efek teks kecerdasan buatan. Arahkan ke bagian Efek Teks dan masukkan teks yang diinginkan ke dalam kolom yang tersedia. Latar belakang dapat transparan, yang lebih baik karena akan menghemat waktu. Ingat prinsip-prinsip dasar desain yang efektif dan pertahankan pendekatan yang lugas. Penggunaan bahasa yang berlebihan dapat mengurangi keterbacaan blok konten. Untuk menghilangkan elemen yang mengganggu konten, coba gunakan fitur Generative Fill Select, tetapi alat pemilihan objek mungkin lebih efektif.

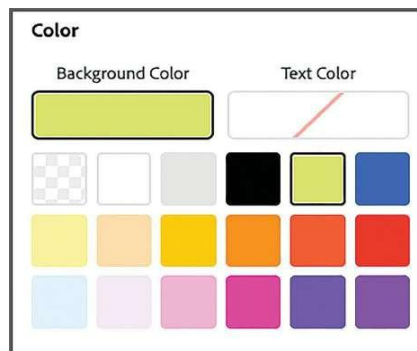
Latihan 1: Kartu judul video menggunakan generasi kecerdasan buatan.





Gambar 4.10

Buat kartu judul untuk dimasukkan ke dalam iklan video dengan grafis gerak animasi. Masukkan frasa "Kata 3 dimensi SEKARANG dengan efek fiksi ilmiah" ke dalam kolom perintah Teks ke Gambar. Adobe Express menawarkan empat solusi—pilih satu opsi untuk digunakan. Dari panel atas, pilih Warna Latar Belakang dan pilih opsi Tidak Ada. Klik gambar dan di panel sisi kiri pilih opsi Hapus Latar Belakang. Gulir ke bawah pada panel kiri untuk mengakses semua efek teks yang tersedia dan pilih tekstur yang berbeda hingga hasil visual yang sesuai tercapai. Klik ikon unduh yang terletak di header hitam atas.



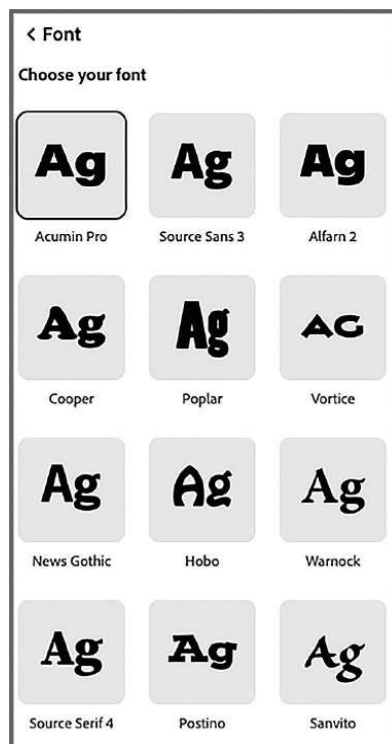
Gambar 4.11



Gambar 4.12

Praktik 2: Pembuatan judul iklan cetak majalah menggunakan AI.

Anda ingin membuat gambar artistik hanya dengan teks untuk iklan penjualan. Teks: Sedang Diskon | Petunjuk: Warna sekunder 3D yang mencolok | Font: Acumin Pro



Gambar 4.13

Perhatikan bahwa jenis font tidak ditunjukkan oleh petunjuk. Gunakan menu di sebelah kanan untuk memilih font. Unduh gambar untuk digunakan nanti.

Latihan 3: Membuat judul yang dihasilkan AI untuk EDDM®.



Gambar 4.14

Item surat langsung ini, yang dikenal sebagai EDDM® (Every Door Direct Mail®), secara khusus dibuat agar menarik perhatian dan dinamis. Item ini dikirimkan oleh USPS ke setiap rumah di dalam kode pos tertentu. Desainer sering menyertakan efek visual dan gambar yang diedit ke dalam latar belakang. Gunakan petunjuk teks yang disediakan di bawah ini. Pilih opsi "Lepas" untuk formulir. Unduh untuk referensi di masa mendatang.

T: Penjualan Hari Kemerdekaan | P: Kembang Api Sederhana dengan warna primer dan nuansa grafiti | F: Postino | C: Hitam, Hindari menjadi seorang seniman grafis yang terlalu bergantung pada Firefly (atau teknik AI serupa untuk pembuatan gambar) untuk mengatasi semua tantangan desain. Grafik yang menarik secara visual mungkin menarik perhatian, tetapi jarang diingat atau secara efektif menyampaikan pesan merek. Desainer grafis harus

menggunakan kecerdasan buatan sebagai salah satu dari banyak alat mereka untuk memenuhi kebutuhan kreativitas mereka dan bangga dengan kreasi mereka.

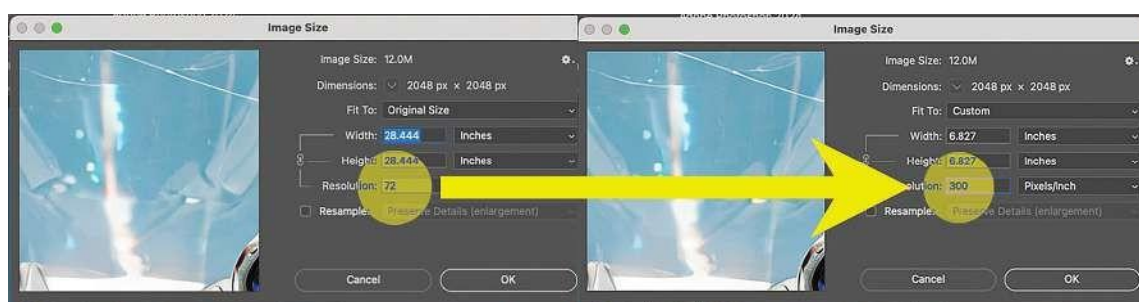
Demonstration: AI Generation in Adobe Photoshop



Gambar 4.15

Latihan 4: Mengubah ukuran dan memperbaiki gambar AI.

Alat kecerdasan buatan tidak tahu cara menambahkan area untuk teks dan latar belakang agar teks dapat dibaca. Meskipun petunjuk menyatakan sisakan ruang untuk konten, AI tidak memahami tujuan akhir dan menganggap gambar sebagai langkah terakhir. Desainer perlu membersihkan gambar yang dibuat sebelumnya di Adobe Firefly dan menambahkan latar belakang menggunakan kecerdasan buatan yang dihasilkan oleh Photoshop. Jika Anda lupa beberapa langkah dalam petunjuk, lihat buku teks Photoshop Anda. Semoga Anda menyimpan semua buku perangkat lunak Anda untuk digunakan nanti.



Gambar 4.16

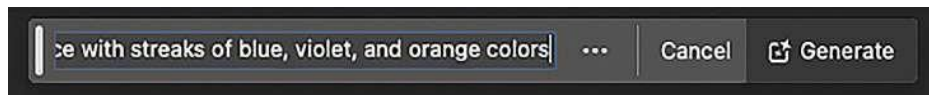
Di Photoshop, buka file tangan robot AI dan pilih opsi "ukuran gambar". Nonaktifkan opsi resampling dan perbesar dimensi gambar dari 72 menjadi 300 piksel per inci untuk mengoptimalkan karya seni untuk pencetakan. Untuk mempertahankan kualitas saat memperbesar gambar, dimungkinkan untuk memperbesar ukurannya hingga maksimum 120%. Gunakan masker untuk menghilangkan latar belakang. Untuk menyoroti area mana pun yang penghapusan maskernya tidak berhasil, tambahkan lapisan abu-abu sebagai latar belakang.



Gambar 4.17

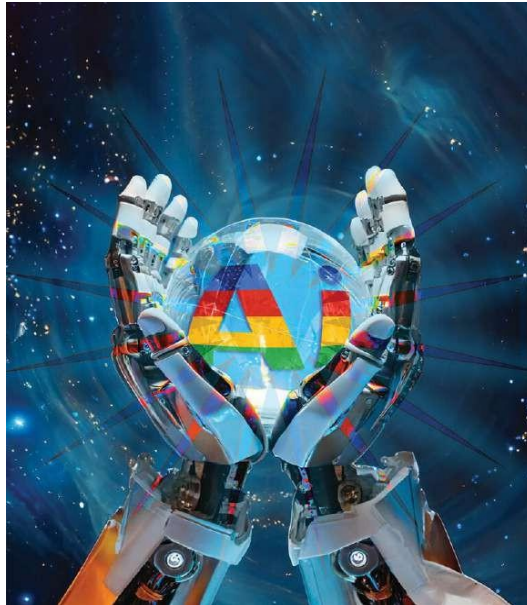
Rincian: Area yang perlu dibersihkan di Adobe Photoshop. Gunakan alat clone stamp, spot healing brush, healing brush, sesuaikan kontras, dan tingkatkan saturasi. Untuk meningkatkan kualitas gambar, gunakan beberapa alat seperti alat clone stamp, spot healing brush, dan healing brush. Untuk meningkatkan daya tarik gambar, ubah kontras dan tingkatkan saturasi. Gunakan alat pembesar untuk meneliti karya seni dan mengidentifikasi area spesifik yang membutuhkan perbaikan. Tampilan gambar robot ini harus memiliki tingkat kilau dan reflektivitas yang sebanding dengan mobil baru. Gunakan alat lasso dengan nilai feather 2 piksel dan pilih area tertentu untuk menerapkan efek blur.

Praktik 5: Membuat dan memperbaiki



Gambar 4.18

Buka file baru dengan dimensi 9 inci x 12 inci, 300 titik per inci, RGB, dan akses jendela bilah tugas kontekstual. Tekan pintasan Mac Command-A atau PC Control-A untuk memilih seluruh lapisan, lalu klik Isi Generatif. Di kolom perintah, masukkan frasa “melihat lurus ke luar angkasa dengan garis-garis warna biru, ungu, dan oranye” dan pilih Hasilkan. Periksa opsi dan sesuaikan perintah hingga karya seni latar belakang menarik. Pindahkan karya seni ini ke file Robot dengan menyeret atau menyalin dan memasukkannya ke dalam lapisan. Tangkapan layar jendela pembuatan AI Photoshop, Bilah Tugas Kontekstual.



Gambar 4.19

Rincian: Gambar 4.19 Dibuat Dengan Adobe Firefly Untuk Tangan Robot Memegang Globe. Di Adobe Illustrator, Karakter Ai Dibuat Sebagai Pita Warna, Semua Elemen Digabungkan Di Adobe Photoshop. Menggunakan Mask Dan Mengatur Lapisan Dengan Overlay. Meratakan Gambar, Menduplikasi, Dan Menjalankan High Pass Pada Lapisan Atas. Mengatur Lapisan Pada Opasitas 90% Dan Soft Light.

Buat lapisan baru dan Prompt: latar belakang galaksi dengan bintang-bintang yang bercahaya. Pada lapisan lain, di tengah bola kristal letakkan huruf AI, gunakan filter spherize, tambahkan warna, pilih beberapa mode blending lapisan yang berbeda. Retouch, hilangkan bagian yang tidak perlu, dan tutupi gambar untuk menghasilkan gambar yang menarik dengan ruang untuk judul di bagian atas dan teks isi dengan ajakan bertindak dan logo di bagian bawah.

Demonstration: AI Generation in Adobe Illustrator

Praktik 6: Pembuatan desain lanskap kota kartun bergaya Flat Design menggunakan AI.

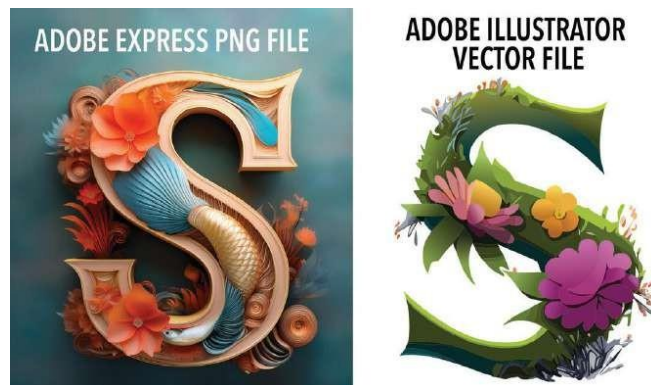


Gambar 4.20

Di bilah navigasi Illustrator di bawah Opsi jendela, buka tabel Properti untuk mengakses alat vektor kecerdasan buatan. Pilih Teks ke Grafik Vektor dan pilih Ikon yang berada di bawah bagian Gaya. Tentukan agar gambar vektor tetap Minimal dan pada kolom input, masukkan “buat logo taman kota dengan matahari dan awan.”

Demonstration: AI Generation in Adobe Express/Adobe Illustrator

Latihan 7: Pembuatan huruf kapital awal paragraf (drop cap) untuk buku anak-anak menggunakan AI.



Gambar 4.21

Gunakan dua algoritma kecerdasan buatan yang berbeda untuk menghasilkan huruf kapital awal paragraf "S" untuk paragraf halaman pertama sebuah buku. Gunakan petunjuk dan deskripsi yang diberikan untuk membuat huruf 'S' menggunakan Adobe Express, dan selanjutnya gunakan kata-kata yang sama di Adobe Illustrator. Perhatikan bahwa file Express yang disediakan dalam format PNG, yang menghadirkan keterbatasan tertentu seperti ukuran penggunaan maksimum dan tantangan dalam menyesuaikan dan merevisinya. File Illustrator menawarkan format vektor yang memungkinkan manipulasi dan penggunaan yang lebih mudah pada skala yang lebih besar. Namun, desain Illustrator agak sederhana. Untuk penggunaan di masa mendatang, unduh file gambar.

T: Huruf dengan bunga dan 3D serta tekstur seperti ikan | Pilih efek teks

Latihan 8: Pembuatan ikon logo perusahaan menggunakan AI.



Gambar 4.22

Rincian:

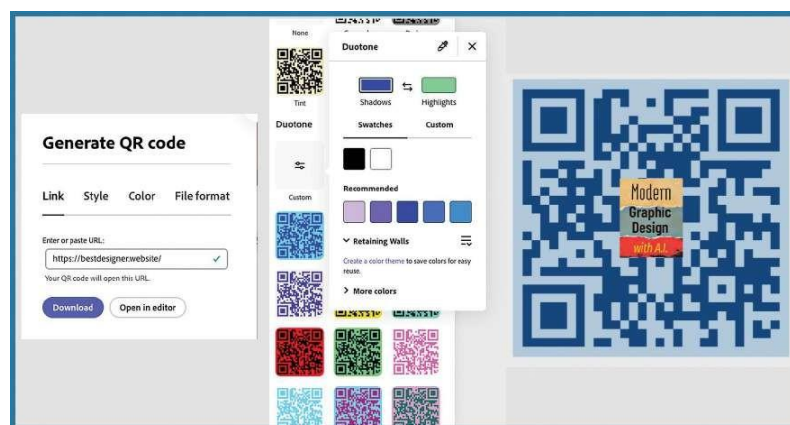
Perintah AI 1: Huruf y kecil dengan dimensi baja 3D di latar belakang putih

Perintah AI 2: Huruf y kecil dengan dimensi baja mengkilap di latar belakang putih

Dalam perangkat lunak Adobe Express dan Illustrator, terapkan opsi kecerdasan buatan untuk membuat ikon logo berdasarkan huruf 'Y.' Masukkan setiap perintah yang diberikan ke dalam generator program AI. Perhatikan bahwa Express memberikan solusi yang lebih dinamis yang sulit untuk disesuaikan dan direvisi. File Illustrator menyediakan file vektor tetapi tidak menarik. Unduh gambar untuk digunakan nanti.

Demonstration: QR Generation in Adobe Express

Kode QR banyak digunakan karena kegunaannya dalam pemasaran. Kode ini dapat mengarahkan pembeli ke halaman arahan situs web atau memasukkan informasi kontak ke dalam buku alamat digital. Pemasar menyadari bahwa menggunakan kamera ponsel untuk memindai kode adalah metode hemat biaya untuk memudahkan calon pelanggan mengingat situs web tanpa harus menuliskannya. Desainer grafis memiliki banyak aplikasi untuk kode QR, termasuk stiker kendaraan, tato, kemasan, teka-teki jigsaw, kontes, dan pemasaran acara.



Gambar 4.23

Untuk membuat kode QR yang mengarah ke situs web, di Adobe Express pilih QR



Generator, yang akan membuka jendela. Setelah memasukkan domain situs web, pilih buka di editor. Desain dasar tersedia, atau kode yang menarik dapat dikembangkan melalui personalisasi gaya dan warna agar sesuai dengan merek perusahaan.

1. Masukkan URL termasuk https.
2. Pilih gaya dan ikuti petunjuk tentang Titik, Batas, dan Penanda.
3. Buka di editor dan pilih Gambar untuk membuka editor gambar.
4. Pilih Efek > Duotone > Kustom di mana Anda dapat menggunakan warna yang disediakan atau memilih warna kustom. Ingat, kode QR membutuhkan kontras agar dapat dipindai.
5. Ubah ukuran menjadi 1080 x 1080 piksel
6. Tambahkan merek
7. Unduh.

Learning Library Exercise — Layout AI creations with InDesign

1. Menggunakan InDesign, pada halaman berukuran letter, tulis nama dan tanggal Anda di kiri atas setiap halaman. Pilih font yang mudah dibaca tetapi mencerminkan kepribadian Anda.
2. Impor kreasi AI Anda 1-8 dari bab ini. Pertimbangkan ruang dan skala dalam presentasi yang menarik secara visual.
3. Dalam paragraf singkat, jelaskan bagaimana Anda akan memperbarui dan merevisi desain untuk setiap kreasi AI, serta perangkat lunak apa yang akan Anda gunakan, seperti Photoshop atau Illustrator.
4. Ekspor file InDesign dengan membuat PDF berkualitas cetak.



BAB 5

TIPOGRAFI LEBIH DARI SEKADAR TAMPILAN YANG CANTIK

5.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada bab ini, siswa akan mampu mengklasifikasikan berbagai gaya huruf. Mereka akan mampu menjelaskan penggunaan huruf besar dan kecil. Pembelajaran akan mampu mereproduksi cara menciptakan fokus pada pesan.

Terminologi Profesional

Ampersand:	Simbol yang mewakili 'dan' yang berasal dari bahasa Latin "et".
Kursif:	Tulisan di mana karakter individual digabungkan untuk membentuk kata-kata individual.
Tampilan:	Jenis huruf yang digunakan dalam judul yang kuat atau menarik perhatian.
Huruf Kapital Awal:	Huruf atau karakter awal yang bergaya yang membantu pembaca dalam navigasi.
Hiasan:	Fitur menarik atau elemen dekoratif yang digunakan dalam desain atau tipografi.
Filigran:	Pembatas dan batas ornamen halus yang dibentuk untuk memisahkan konten dan ruang.
Hiasan Melengkung:	Kurva mengalir yang rumit pada sebuah karakter.
Gutenberg:	Dianggap sebagai penemu Barat pertama yang mencetak menggunakan mesin cetak dan huruf lepas.
Huruf miring:	Jenis huruf yang miring atau bersudut yang digunakan khusus untuk penekanan atau perbedaan.
Huruf kecil:	Huruf non-kapital yang lebih pendek dengan ascender dan descender untuk meningkatkan keterbacaan.
Secara fonetik:	Huruf dengan hubungan langsung antara bunyi dan simbol.
Fonogram:	Simbol untuk bunyi vokal.
Sans serif:	Karakter tanpa garis pendek di ujung goresan.
Serif:	Pada jenis huruf tertentu, proyeksi kecil yang memulai atau mengakhiri goresan huruf.
Huruf besar:	Huruf kapital.



Gambar 5.1 Contoh Font Sebagai Gambar.

Rincian: Dua gambar kecerdasan buatan dihasilkan dengan Adobe Firefly. Pengaturan yang dipilih untuk opsi pertama mencakup seni, Bauhaus, dan pencahayaan yang aneh. Permintaan desain menampilkan frasa "gaya alfabet dan warna-warni." Pengaturan yang dipilih untuk opsi kedua adalah seni, khususnya gerakan Bauhaus, dan fokus pada warna yang cemerlang. Desain tersebut membutuhkan berbagai jenis font dengan gaya font yang berbeda, bersama dengan latar belakang yang cerah dan dalam karya seni 3D.

Permintaan terakhir adalah "jenis font dengan gaya font yang berbeda dan latar belakang warna-warni, ilustrasi 3D, fokus ruang salin." Setelah diedit, gambar tersebut ditempatkan di samping opsi pertama menggunakan Adobe Photoshop. Latar belakang alfabet opsi pertama dihilangkan, dan gambar yang tersisa disesuaikan kecerahan, kontras, dan eksposurnya. Lapisan diduplikasi dan digabungkan untuk menerapkan filter High Pass dengan nilai 100 dan lapisan disesuaikan ke mode cahaya lembut dengan opasitas 100%.

5.2 FONT MEMILIKI BERBAGAI MACAM TAMPILAN

Bayangkan judul film yang menyerupai font yang dibuat agar terlihat seperti krayon. Setelah melihat judul film ini, orang cenderung menganggapnya sebagai produksi yang secara khusus ditujukan untuk anak-anak. Film bajak laut yang berani dan penuh petualangan akan membutuhkan jenis huruf yang struktur, bobot, dan bentuknya membangkitkan perasaan yang sama. Jenis huruf menciptakan reaksi emosional yang dipengaruhi oleh warna dan ukurannya. Pembaca secara tidak sadar akan menghubungkan pengalaman masa lalu dengan jenis huruf.

Desainer harus melepaskan diri dari reaksi dan bias mereka terhadap font tertentu dengan memilih jenis huruf yang paling sesuai untuk komposisi tersebut. Mereka tidak dapat berasumsi bahwa reaksi mereka terhadap suatu font secara universal dimiliki oleh orang lain. Aspek penting menjadi seorang tipografer melibatkan pemahaman konteks historis dan tujuan di balik pembuatan suatu font.

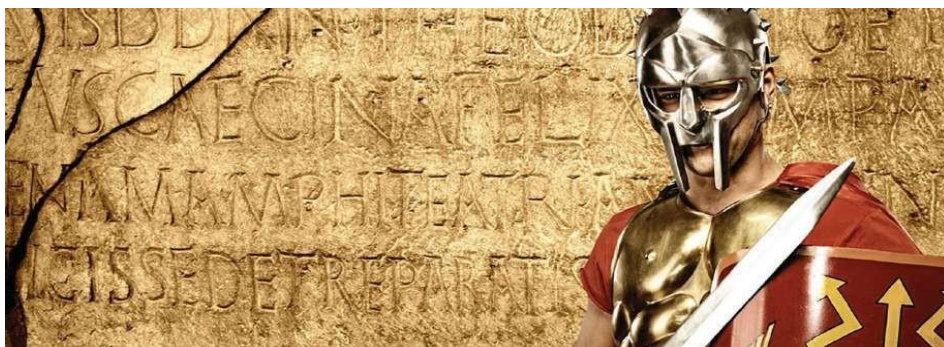
Mempelajari setiap font dan mengetahui asal-usulnya bukanlah hal yang praktis. Font dapat dikategorikan, yang membantu dalam memilih font yang tepat. Setelah seorang desainer memahami mengapa dan kapan suatu font dibuat, akan lebih mudah untuk mempersempit pilihan ke font yang tepat. Memahami sejarah penulisan sangat penting dalam menentukan desain atau jenis huruf yang tepat untuk konteks historis tertentu.

Para desainer bergulat dengan tiga area kunci ketika mencoba memecahkan suatu masalah: Font, Warna, dan Spasi. Desainer ahli tidak mengandalkan tebakan ketika menyangkut tipografi. Memilih font bukanlah keputusan acak atau sembarangan. Fungsi utama tipografi adalah mengkomunikasikan pesan seperti mencatat suatu peristiwa, memperingatkan pergerakan cuaca, membahas rapat umum politik, atau mengajar dari buku teks.

Pesan tersebut menentukan jenis font. Jika halaman dipenuhi dengan teks, desainer mungkin ingin menggunakan font yang lebih rapat untuk menempati lebih sedikit ruang dan menciptakan ilusi teks yang lebih sedikit bagi pembaca. Orang cenderung tidak suka membaca konten yang berlebihan. Jika tujuan komposisi adalah untuk mengkomunikasikan kesan elegan, mungkin disarankan untuk menggunakan font yang lebih lebar yang tidak terlalu rapat spasi antar hurufnya. Pilihan lain adalah menambahkan lebih banyak halaman atau mengedit konten menjadi lebih sedikit kata.

Font dapat dilihat sebagai semacam tekstur untuk menciptakan respons emosional, tetapi sangat penting bagi font untuk secara efektif mengkomunikasikan informasi. Bahasa terdiri dari komunikasi lisan dan ekspresi tertulis, sehingga siapa pun yang ingin menulis atau mengetik, harus menggunakan beberapa jenis font. Ketika orang berkomunikasi secara verbal, mereka dapat menggunakan intonasi untuk memberikan kejelasan pada kata-kata dan memancing respons dengan menyesuaikan volume dan kecepatan bicara mereka. Sampai batas tertentu, font juga sama. Font mengkomunikasikan semantik dan sintaksis berdasarkan struktur, bobot, ukuran, warna, dan huruf besar/kecil. Menggunakan semua huruf kapital sama saja dengan meneriakkan pesan kepada pembaca. Huruf kecil yang hampir tidak terbaca seperti hak cipta menunjukkan kepada pembaca bahwa informasi ini diperlukan tetapi tidak penting untuk pesan dan tidak perlu dibaca.

Pentingnya pemilihan font dalam desain grafis tidak dapat cukup ditekankan karena orang bereaksi berbeda terhadap font. Jenis huruf dapat membuat teks tampak menarik, ringkas, atau mudah dibaca dengan mengurangi panjang konten. Mengetahui sejarah dan konteks tipografi membantu desainer membuat pilihan yang tepat untuk mempersempit pilihan. Untuk berkomunikasi secara efektif, seperti nada suara, tipografi harus digunakan untuk membantu menyampaikan pesan daripada dilihat sebagai hiasan.



Gambar 5.2 Contoh Tulisan Romawi dan Ilustrasi Legiuner pada Tablet.

Rincian: Adobe Stock mencari ilustrasi, jpeg, orientasi horizontal, dan menyertakan orang. Frasa pencarian: “prajurit Romawi di depan dinding retak.”

5.3 FONT MEMILIKI SEJARAH

Mempelajari sejarah seringkali ditakuti oleh desainer grafis baru. Untuk menentukan font yang tepat untuk tata letak, seorang desainer harus memiliki tingkat pemahaman tertentu tentang latar belakang sejarah font tersebut. Komunikasi tertulis telah ada sejak Neanderthal menggunakan lukisan gua untuk mencatat peristiwa. Grafik ini telah berubah menjadi simbol yang sekarang digunakan. Misalnya, hati melambangkan kasih sayang atau belas kasihan, sementara simbol besi pada label pakaian menunjukkan bahwa pakaian tersebut dapat disetrika dengan aman tanpa menyebabkan kerusakan pada kain.

Sangat mungkin bahwa orang Mesir adalah peradaban pertama yang meninggalkan penggunaan simbol-simbol dasar dalam komunikasi mereka. Mereka menciptakan gambar suara untuk menggambarkan kata dan suku kata yang memiliki bunyi yang serupa atau sebanding. Selama rentang waktu 3000 tahun, mereka secara bertahap mengadopsi penggunaan fonogram, di mana sebuah simbol mewakili bunyi vokal, sebagai metode yang secara eksklusif didedikasikan untuk mewakili suku kata. Tulisan Mesir berevolusi menjadi bentuk yang dikenal sebagai hieroglif. Fonogram ini merupakan langkah selanjutnya sebelum membentuk sebuah kata.

Tahap selanjutnya dalam evolusi tulisan dibawa oleh bangsa Fenisia. Mereka adalah pedagang yang terlibat dalam perdagangan, menjadi pelopor bagi pengusaha modern. Di Mesir, mereka melakukan investasi tunai, terlibat dalam perdagangan di Kreta, dan melakukan penjualan di Athena, untuk tujuan keuntungan finansial. Bangsa Fenisia memiliki kebutuhan yang jelas akan alfabet, meskipun mereka tidak membutuhkan fonogram yang elegan dan berornamen yang digunakan oleh bangsa Mesir. Bangsa Fenisia menempatkan pencatatan sebagai prioritas utama mereka.

Akibatnya, tulisan Fenisia tidak menggunakan hiasan dekoratif, sangat mudah dibaca, dan cepat ditulis. Sistem tulisan Fenisia sepenuhnya alfabetis, tanpa hiasan. Alfabet ini merupakan aplikasi awal dari sistem fonetik. Alfabet ini merupakan implementasi pertama dari sistem fonetik.

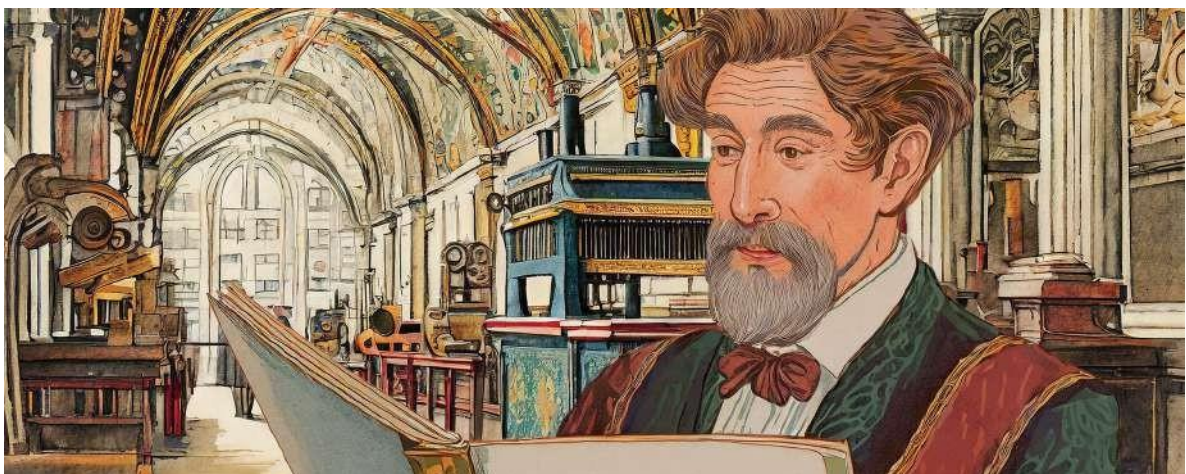
Ketika seseorang kesulitan membaca sebuah kata, mereka diajarkan untuk melafalkannya satu per satu hurufnya—metode yang dikenal sebagai pengucapan kata secara fonetik—seperti yang dilakukan oleh bangsa Fenisia. Saat melakukan bisnis di Yunani, bangsa Fenisia juga membagikan alfabet mereka yang berorientasi bisnis. Bangsa Yunani kemudian memperkenalkan vokal, karakter baru, dan bentuk lengkung ke dalam alfabet yang terus berkembang. Seiring perkembangan alfabet Barat, karakteristik visualnya muncul. Alfabet Latin berasal dari bentuk huruf Yunani dan diteruskan oleh bangsa Etruria, sebuah peradaban kuno di Italia.

Bangsa Romawi memodifikasi dan mengasimilasi alfabet Yunani, seperti halnya dewa-dewa Yunani. Huruf kapital dikembangkan oleh bangsa Romawi secara khusus untuk membuat tanda. Monumen dan bangunan telah mengukir bentuk huruf formal ini di permukaannya.

Manuskrip penting sering menggunakan bentuk huruf ini. Huruf-huruf ini, yang diukir di batu, mengikuti prinsip yang sama dengan huruf tulisan tangan. Bangsa Romawi memberikan kontribusi pada alfabet kita melalui pengembangan tulisan tangan. Tulisan kursif dikembangkan dengan tujuan untuk mempercepat komunikasi tertulis. Bayangkan seorang jenderal Romawi mengirim pesan kepada seorang perwira dengan meminta seorang juru tulis mengukir pesan tersebut di atas lempengan batu atau kayu. Mereka membutuhkan cara yang lebih cepat untuk berkomunikasi, sehingga mereka menciptakan metode penulisan baru yang dikenal sebagai tulisan kursif pada papirus, lilin, dan tanah liat. Tulisan kursif, yang berasal dari istilah Latin "running hand" (tangan yang bergerak), merupakan cara yang lebih efisien untuk berkomunikasi.

Saat ini, kita menggunakan bentuk tulisan ini ketika kita tidak sedang mengirim pesan teks, melainkan menyalinnya ke atas kertas. Gaya penulisan yang lebih cepat ini memungkinkan tangan untuk menggambar karakter yang terhubung untuk menyusun pesan. Kaligrafi berkembang dari tulisan kursif, meskipun ini tidak berarti bahwa huruf-hurufnya selalu terhubung. Para juru tulis dan biarawan menciptakan teknik untuk memperindah dan menyempurnakan alfabet, mengubahnya menjadi bentuk ekspresi artistik. Para kaligrafer awal menemukan bahwa dengan melihat halaman itu sendiri, bukan hanya kata-katanya, halaman tersebut dapat dianggap sebagai tekstur.

Bentuk huruf beserta berat, struktur, warna, dan proporsinya dapat menciptakan gambar grafis yang indah serta menyampaikan pesan. Seorang desainer grafis yang memiliki pengetahuan tentang sejarah font memahami kapan tepatnya untuk memasukkan simbol ke dalam desain mereka. Misalnya, saat mendesain iklan untuk acara musik, seorang desainer grafis mungkin menggunakan simbol seperti kunci G. Demikian pula, saat membuat logo untuk gedung teater Yunani, mereka mungkin memilih font yang menyerupai gaya era tersebut, seperti font bergaya Trajan.



Gambar 5.3 Ilustrasi Ai Guttenberg Di Ruang Percetakan Pada Tahun 1400-An.

Rincian: Gambar 5.3 AI dibuat dengan Adobe Firefly. Pengaturan untuk gambar pertama mencakup seni, Art Nouveau, dan cat akrilik. Petunjuknya berbunyi, "Lukisan Johannes Gutenberg Jerman tua sedang melihat halaman dari mesin cetak, fokus pada ruang

salinan." Pengaturan untuk petunjuk kedua mencakup elemen seni, Art Nouveau, dan cat akrilik. Petunjuknya adalah "Lukisan toko percetakan tua di Abad Pertengahan, fokus pada ruang salinan." Kami melakukan retouching dan menggabungkan gambar menggunakan Adobe Photoshop, menghilangkan latar belakang Gutenberg dengan alat pemilihan objek dan masker, memposisikan gambar terhadap latar belakang ruang percetakan, membuat dua penyesuaian kecerahan/kontras, dan menyesuaikan eksposur sebesar -4.

5.4 PERCETAKAN MENGUBAH KOMUNIKASI

Sebelum pengembangan tulisan kursif, bentuk tulisan pertama hanya terdiri dari huruf kapital. Karena sifatnya yang linier, tanda-tanda ini lebih mudah diukir ke dalam kayu atau dipahat ke dalam batu. Perkembangan huruf kecil terjadi dengan diperkenalkannya tablet lilin dan daun papirus. Media ini tidak hanya mempercepat proses penulisan, tetapi juga memiliki keunggulan lebih hemat biaya dan mudah diangkut. Perkembangan perkamen dan kemudian kertas memfasilitasi efisiensi yang lebih besar dalam hal waktu dan biaya.

Rincian: Gambar 5.4 kecerdasan buatan dibuat menggunakan Adobe Firefly dan Photoshop. Pengaturan awal di Firefly mencakup seni, Abad Pertengahan, dan kaligrafi.

Frasa pemicu gambar awal adalah "kaligrafi ornamen di atas perkamen." Karya seni kedua memiliki filigran, hiasan bunga, dan warna tanah dalam pengaturannya. Prompt yang diberikan adalah "bingkai dekoratif untuk Alkitab selama Abad Pertengahan, dipajang di atas papan gabus." Karya seni ketiga menampilkan perpaduan lukisan, kaligrafi, dan penyorotan.

Prompt yang diberikan adalah "Huruf Q dengan pola bunga bertekstur." Di Photoshop, latar belakang dihilangkan dan foto tepi papan gabus dicampur dengan foto perkamen, tepi diperbaiki, warna ditambahkan di tengah dengan blur noise Gaussian. Kecerdasan/kontras disesuaikan dan eksposur disesuaikan.

Selain bentuk-bentuk komunikasi ini, metode penulisan juga mengalami perkembangan. Selama Abad Pertengahan, pena bulu diperkenalkan sebagai pengganti buluh yang diasah, memungkinkan kontrol yang lebih baik untuk kaligrafi dan menggambar. Johannes Gutenberg terkenal karena penemuan mesin cetak, namun, di kalangan desainer, ia paling dikenal karena inovasinya berupa huruf cetak yang dapat dipindahkan. Teknologi ini



Gambar 5.4 Contoh Halaman Kaligrafi Yang Dirancang Oleh Juru Tulis Di Era Pra-Cetak.

melahirkan sektor baru yang dikenal sebagai percetakan. Pencetakan membutuhkan ketelitian seorang desainer untuk mengatur dan memilih jenis huruf dengan cermat.

Sebelum penemuan mesin cetak, hanya para pemimpin gereja dan bangsawan yang sangat kaya yang mampu membeli Alkitab. Para biarawan mengabdikan seumur hidup mereka untuk menyalin Alkitab. Para juru tulis dengan teliti menyalin Alkitab ke perkamen atau vellum, dengan susah payah mereproduksinya huruf demi huruf, kata demi kata, dan halaman demi halaman, menghasilkan salinan Alkitab yang akurat. Diperkirakan dibutuhkan hingga 48 bulan untuk menulis sebuah Alkitab. Setiap halaman adalah karya seni dengan warna, kaligrafi, dan filigran.

Meskipun Alkitab dicetak dengan mesin cetak, penerbitannya tidak jauh lebih cepat, karena dibutuhkan sekitar 3 tahun untuk mencetak seluruh Alkitab. Namun, mesin cetak tersebut mencetak ratusan halaman per hari. Akibatnya, selama tiga tahun, Gutenberg mampu mencetak ratusan Alkitab untuk dijual. Untuk memastikan orang dapat membacanya dan karenanya membelinya, ia mendesain karakter huruf untuk meniru tulisan yang digunakan oleh para juru tulis. Ia mendesain lebih dari 240 karakter yang mencakup teks, tanda baca, huruf kapital awal, dan batas dekoratif. Gutenberg menciptakan jenis huruf yang lebih tebal untuk berbagai buku dan bab.

Mesin cetak mengubah produksi Alkitab dari proses transkripsi tulisan tangan yang melelahkan menjadi buku yang terjangkau dan dapat diakses oleh pembaca kelas atas dan menengah. Gutenberg mencetak setiap lembar secara manual dengan membentangkannya di atas cetakan, menggulirkan tinta ke huruf yang dapat dipindahkan, dan kemudian memutar mesin cetak tangan, yang mendorong tinta ke halaman. Setiap halaman digantung dengan teliti untuk dikeringkan. Sekitar tahun 1455, ia menerbitkan Alkitab Gutenberg, yang juga dikenal sebagai Alkitab. Jenis huruf pertama yang ia gunakan pada mesin cetak adalah font Bibel, yang dinamai berdasarkan nama Jerman untuk Alkitab. Ia mencoba memasukkan warna merah tua ke beberapa halaman; namun, pada akhirnya, ia memilih warna hitam. Dalam revisi selanjutnya, ia menugaskan para kaligrafer dan pengrajin untuk menambahkan warna pada halaman-halaman tersebut.



Gambar 5.5 Contoh Halaman Dalam Alkitab Gutenberg.

Rincian: Pencarian gambar 5.5 di Adobe Stock dilakukan menggunakan parameter berikut: gambar, jpeg, orientasi horizontal, dan istilah pencarian "Alkitab Gutenberg."



Sedikit lebih dari 300 tahun kemudian pada tahun 1876, mesin penyusun huruf dikembangkan oleh Charles Moore yang juga menemukan mesin tik. Para inovator mengubah mesin-mesin ini menjadi apa yang kemudian dikenal sebagai Linotype yang menghasilkan baris kata sebagai potongan logam tunggal. Surat kabar dan majalah mendapat manfaat dari bentuk penyusunan huruf yang lebih cepat ini.

Penataan huruf foto menggantikan teknik ini pada tahun 1950-an. Seniman produksi mengalami banyak malam tanpa tidur karena kebutuhan untuk secara tepat menggambarkan jenis huruf, berat, ukuran, dan spasi antar baris untuk mengakomodasi area tertentu. Mereka kemudian harus menunggu beberapa hari untuk menerima lembaran kembali untuk melihat apakah spasi sudah benar. Jika penataan huruf tidak sesuai dan jika waktu menjadi masalah, seniman akan menggunakan pisau Exacto untuk memotong setiap baris agar sesuai.

Halaman yang telah dicetak diberi lem karet, lem semprot, atau lilin panas di bagian belakang, lalu digulirkan ke papan ilustrasi halus atau papan chip. Seniman produksi kemudian akan menambahkan tanda potong, lapisan tinta, dan rubilit untuk menandai area tempat warna dan gambar akan ditempatkan. Selama periode pencetakan dalam desain, seniman grafis harus sangat terampil dengan tangan mereka untuk menggambar huruf dan tanda untuk pencetakan yang dibuat dengan penggaris T, segitiga, rapidiograf, dan kompas.

Pengenalan teknologi pengaturan gambar laser pada akhir tahun 1980-an memungkinkan konversi file komputer menjadi cetakan fisik di atas kertas foto. Pada pertengahan tahun 1990-an, seniman dapat mengirimkan file melalui email langsung ke percetakan. Teknisi akan menghasilkan negatif untuk membuat pelat yang digunakan pada mesin cetak offset yang dioperasikan oleh operator mesin cetak.

Saat ini, desainer mengirimkan file dokumen portabel (PDF) untuk menghasilkan pelat logam atau kertas untuk pencetakan, atau untuk langsung mengirim file ke printer digital hanya dengan mengklik perintah cetak. Pendekatan ini lebih mudah dan tidak terlalu menegangkan, meskipun tetap menghadirkan tantangan.

Sama seperti para operator mesin cetak asli yang bertanggung jawab atas penataan huruf dan semua yang terkait dengannya, konten sekarang berada di tangan para desainer. Karena teknologi desain komputer modern, pemeriksaan kesalahan ejaan, tata bahasa yang salah, dan konten yang ditulis dengan buruk pada akhirnya menjadi tanggung jawab desainer grafis. Beberapa orang mungkin menyetujui sebuah desain, tetapi mereka akan berasumsi bahwa orang lain telah memeriksa konten tersebut. "Orang lain" itu adalah desainer.

5.5 PENGGUNAAN HURUF

Desainer grafis menggunakan istilah "huruf besar" untuk menunjukkan huruf kapital dan "huruf kecil" untuk mewakili huruf non-kapital. Istilah-istilah ini terinspirasi oleh kotak-kotak yang digunakan untuk menyimpan barang-barang yang dapat dipindahkan. Saat menyusun halaman, operator mesin cetak menggunakan dua kompartemen untuk menyimpan huruf. Untuk mengeluarkan huruf dari laci dan menggunakannya di permukaan mesin cetak, pencetak menempatkan kotak-kotak tersebut di dalam lemari di depan mesin cetak.

Sebelum memberi tinta, mereka menarik huruf-huruf tersebut dan menempatkannya dalam urutan terbalik yang benar di atas halaman cetak. Huruf kapital disimpan di laci atas karena jarang digunakan, sehingga menghasilkan kotak yang lebih ringan. Para pekerja percetakan menggunakan huruf kapital untuk baris teks yang pendek, seperti judul berita. Kabinet itu sangat berat karena banyaknya barang yang dapat dipindahkan di laci bawah. Akibatnya, huruf-huruf bukan kapital diberi label 'huruf kecil' dan huruf kapital diberi label 'huruf besar'.



Gambar 5.6 Contoh Jenis Huruf Logam Untuk Pencetakan Letterpress.

Agar pelanggan dapat terus membaca setelah judul, isi utama harus menggunakan huruf besar dan kecil. 500 tahun yang lalu, para pencetak menyadari bahwa pembaca akan memahami pesan jika menggunakan huruf besar dan kecil dan akan membeli lebih banyak buku, surat kabar, dan majalah. Sungguh mengejutkan bahwa banyak iklan dan postingan saat ini semuanya menggunakan huruf kapital. Para kreator ini mungkin tidak peduli dengan konsumen yang membaca pesan dan lebih fokus pada estetika, atau tidak menyadari bahwa huruf kapital tidak akan dibaca. Karena mencetak halaman dengan huruf lepas membalikkan huruf, huruf-huruf tersebut harus diatur terbalik dan dari kanan ke kiri. Oleh karena itu, muncullah frasa "perhatikan huruf p dan q Anda". Di dunia barat, orang membaca dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah, jadi para desainer harus mempertimbangkan alur visual tata letak untuk memastikan mereka memandu pembaca di sekitar halaman.

Agar masyarakat dapat membaca surat kabar, buku, majalah, dan brosur penjualan, karakter huruf harus dapat dikenali dalam berbagai bahasa. Karakter huruf Jerman berbeda dengan bentuk huruf Spanyol, yang merupakan salah satu alasan mengapa gaya huruf yang berbeda dibuat. Tidak semua orang ingin mempelajari 240 karakter yang berbeda, jadi para pencetak mencari cara untuk mempersingkat alfabet dengan berfokus pada struktur dan bobot karakter.

Masalah pertama adalah karena huruf "th" tidak terdengar benar ketika dieja. Jika Anda mengeja huruf T, bunyinya akan menjadi "tee" yang keras, yang hanya diucapkan seperti itu dalam sekitar 30% kata yang mengandung huruf T. Huruf H akan menjadi "itch" yang lembut. Gabungkan T dan H dalam kata "th", dan secara teknis akan ada bunyi yang salah yaitu "T" yang keras dan "H" yang lembut. Karena ini bukan bunyi lidah di antara gigi yang digunakan untuk "th", para kaligrafer menggunakan huruf yang berbeda.

Karena bunyi ini tidak dihasilkan dengan menempatkan lidah di antara gigi, para kaligrafer memilih huruf yang berbeda. Di Inggris abad ke-8, bunyi ini diwakili dalam alfabet dengan huruf þ yang disebut Thorn. Sekitar waktu ketika mesin cetak diciptakan, Thorn diwakili oleh huruf y. Film-film tentang Inggris di Abad Pertengahan menunjukkan tanda-tanda seperti Ye Olde Shoppe, tetapi Ye telah diucapkan sebagai thee. Setelah beberapa waktu untuk menghemat biaya font, th menggantikan y.

Para pencetak akhirnya menyerah dan menggunakan th meskipun itu tidak benar. Bunyi ini sangat rumit sehingga Alfabet Fonetik Internasional telah menciptakan huruf-hurufnya sendiri untuk menandakan bunyi tersebut.



Gambar 5.7 Contoh Bagaimana Karakter Latin 'Et' Berevolusi Menjadi Ampersand Dalam Bahasa Latin.

Rincian: Dirancang di Adobe Illustrator, jenis huruf untuk E dan = adalah Nanum Brush Script, ampersand adalah Norman Script, dan 't' serta garis melintang dibuat dari Adage Script.

Untuk menghemat waktu dan uang, para pencetak secara bertahap menghilangkan huruf-huruf dari alfabet dan menggantinya dengan karakter yang sudah ada. Ampersand '&' dipertahankan sebagai karakter tunggal tetapi digunakan sebagai simbol. "Et" adalah istilah Latin yang setara dengan "dan" dalam bahasa Inggris. Penggabungan huruf "e" dan "t" diperlukan untuk menciptakan simbol ini. Simbol ini merupakan pilihan yang nyaman bagi para desainer untuk dimasukkan ke dalam judul dan logo. Elemen dekoratif dan detail ornamen ampersand dapat berkontribusi pada daya tarik estetika suatu desain.

Masuk akal untuk berasumsi bahwa semua 26 huruf alfabet Inggris diucapkan secara identik di seluruh dunia berbahasa Inggris, tetapi itu tidak benar. Huruf 'Z' disebut 'zed' di Kanada dan Inggris, sementara diucapkan 'zee' di Amerika Serikat. Istilah "bibi" dapat diucapkan sebagai "ahnt" atau seperti nama serangga, bahkan di dalam Amerika Serikat. Seorang desainer yang kompeten mengevaluasi penggunaan bahasa sehari-hari dan bahasa daerah oleh audiens target.

Jangan berasumsi bahwa semua orang membaca dengan cara yang sama dan memiliki penglihatan yang sama. Generasi Baby Boomer (lahir 1946–1964) dan anak-anak muda yang juga dikenal sebagai Generasi A (lahir 2010–2025) mungkin membutuhkan ukuran huruf yang lebih besar seperti 12 poin untuk teks isi dan mereka membaca kalimat lengkap. Generasi X (lahir 1965–1980) mungkin lebih menyukai 10 atau 11 poin, sementara Generasi Milenial (1981–1996) suka membaca 10 poin dan membaca frasa. Generasi Z (lahir 1997–2012)



menggunakan pesan teks sehingga mereka terbiasa membaca 8 dan 9 poin dengan singkatan, bukan frasa.

Sebuah judul dapat dengan mudah dibaca dengan sekilas pandang, seperti, "HENTIKAN ITU". Pembaca tidak membaca huruf atau kata satu per satu, tetapi lebih memahami frasa secara keseluruhan. Ini menyiratkan bahwa seorang desainer memiliki kemampuan untuk menggunakan jenis huruf yang ringkas dan menarik, sehingga judul dapat ditampilkan secara menonjol dan menarik perhatian pembaca. Judul dapat dibuat ringkas jika terdapat ruang yang cukup di halaman dan teks yang minimal. Ruang kosong di sekitar judul kecil tersebut dapat sama menariknya, menarik perhatian pembaca dan mendorong mereka untuk berhenti sejenak dan membaca.

Jaga agar judul tetap singkat, terutama jika Anda menggunakan huruf kapital semua. "Hentikan polusi suara yang mengambil alih taman kota" sangat panjang dan bayangkan jika ditulis dengan huruf kapital semua: HENTIKAN POLUSI SUARA YANG MENGAMBIL ALIH TAMAN KOTA. Tidak mudah dipahami sehingga pembaca akan melewatkannya dan beralih ke halaman lain.

Namun, konten harus mudah dibaca. Individu terlibat dalam kegiatan membaca dengan memproses tidak hanya huruf dan kata individual tetapi juga dengan memahami seluruh baris teks. Huruf-huruf tersebut tidak boleh berornamen, tidak dapat dikenali, atau jaraknya tidak memadai. Jika baris teks terlalu panjang atau karakter tidak memiliki jarak yang memadai, hal itu akan menyebabkan calon pembaca kehilangan minat dan beralih ke halaman lain. Desainer memastikan bahwa teks yang lebih kecil tetap mudah dibaca agar pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada klien.

Para ahli tipografi perlu mengetahui media yang digunakan dalam desain tersebut agar dapat menentukan jarak antar huruf, kata, dan baris teks. Jika akan dicetak, mereka perlu berhati-hati dalam mengatur ukuran huruf agar teks tidak penuh saat tinta menyebar selama pencetakan. Bayangkan sebuah paragraf yang hanya terdiri dari 2 kalimat dengan huruf kapital semua. Siapa yang mau membaca blok teks tersebut? Itu melelahkan dan pembaca akan melewatkannya.

HENTIKAN POLUSI SUARA YANG MENGUASAI TAMAN KOTA. ANDA MUNGKIN TELAH MEMPERHATIKAN BAHWA DEPARTEMEN PEMELIHARAAN JALAN YANG BARU TELAH MULAI MENGGUNAKAN TAMAN KOTA UNTUK MENYIMPAN KENDARAAN PENGGERAK TANAH BESAR MEREKA SEPERTI EKSKAVATOR DAN BACKHOE LOADER.

Hentikan polusi suara yang menguasai taman kota. Anda mungkin telah memperhatikan bahwa departemen pemeliharaan jalan yang baru telah mulai menggunakan taman kota untuk menyimpan kendaraan penggerak tanah besar mereka seperti ekskavator dan backhoe loader. Ketika mereka mulai beroperasi di pagi hari, bukan hanya semua orang di taman kota dan taman bermain yang terkejut dan tidak dapat berbicara satu sama lain, tetapi rumah-rumah di sekitar taman juga dihujani oleh suara bising yang menggema di seluruh lingkungan empat blok tersebut. Saat menghubungi dewan kota, kami tidak dapat menerima

tanggal kapan praktik ini akan dihentikan. Anggota Dewan Jan Eyre Payton berpikir mungkin butuh dua tahun sebelum mereka menemukan lokasi yang lebih baik, karena area yang sedang dikembangkan berada di dekat taman.

Meskipun gaya ini lebih mudah dibaca dibandingkan dengan mengetik dengan huruf kapital semua, hanya sedikit orang yang bersedia membaca beberapa baris teks yang berpusat. Kecuali jika perancang grafis membuat buku teks yang secara khusus ditujukan untuk siswa yang diharuskan membaca setiap informasi untuk ujian yang akan datang, penting untuk diingat bahwa semua pembaca lain memiliki pilihan untuk memilih apakah akan membaca lebih lanjut atau melanjutkan ke hal lain. Perancang harus memastikan bahwa materi tersebut mudah dipahami.

Periksa kembali teks yang panjang tersebut. Sebagian besar orang akan memilih untuk membaca kalimat pertama dan dengan cepat memindai hingga baris terakhir karena baris yang panjang dan berpusat sulit dipahami. Istilah 'janda' mengacu pada tindakan meninggalkan sebuah kata tanpa konteks atau penjelasan yang menyertainya. Desainer harus memodifikasi perataan jeda paragraf untuk menghindari hanya memiliki satu atau dua kata di bagian bawah. Tanda hubung harus dihindari dalam materi rata kiri karena dapat mengganggu jeda baris yang telah dirancang dengan cermat oleh tipografer.

Ketika orang membaca teks utama secara diam-diam, kesalahan seringkali tidak disadari. Namun, membaca konten dengan lantang memungkinkan desainer grafis untuk mendengar kesalahan tata bahasa dan kalimat yang disusun dengan buruk. Lebih lanjut, membaca teks secara lisan dapat mengungkapkan keterbacaan jenis huruf dan apakah tata letak, spasi, dan panjang baris dirancang secara efektif.



Gambar 5.8 Demonstrasi Konsep Serupa Dengan Eksekusi Yang Berbeda.

Rincian: Dua gambar kecerdasan buatan dihasilkan menggunakan Adobe Firefly. Parameter untuk gambar pertama dikonfigurasi sebagai seni, kartun, vektor, dan pencahayaan intens. Tantangan tersebut meminta penggunaan font yang terinspirasi fantasi untuk huruf G dan N, dengan warna ditambahkan secara sketsa. Konfigurasi untuk opsi #2 terdiri dari elemen artistik, tampilan vektor, gaya psikedelik, dan konstruktivisme. Petunjuknya adalah "Desain isometrik di atas putih dengan huruf 3 dimensi G, N, N yang dipahat." Di Adobe Photoshop, foto-foto tersebut digabungkan dan menggabungkan individu dan pohon menggunakan Petunjuk AI Photoshop "orang 3D kecil dengan pakaian modern."

Desainer harus menarik perhatian calon pembaca agar mereka tertarik membaca konten. Gunakan ukuran font untuk judul yang paling besar atau paling menonjol di halaman.



Beberapa jenis huruf lebih mudah dibaca karena memang sengaja dirancang untuk mengarahkan fokus pembaca ke informasi, daripada mengganggu atau dianggap terlalu sulit atau memakan waktu untuk dibaca. Font yang menarik perhatian pembaca adalah font yang digunakan untuk judul dan subjudul. Perhatikan tipografi di halaman ini. Jenis huruf dipilih agar mudah dibaca oleh pembaca yang terbiasa membaca teks panjang. Ketika anak-anak diajari membaca, mereka terutama diperkenalkan dengan huruf kecil dan hanya sedikit huruf kapital.

Saat memilih jenis huruf, pertimbangkan keterbacaannya dan relevansinya dengan halaman. Jenis huruf ideal untuk judul seringkali terbukti tidak efektif jika digunakan sebagai font 10 poin untuk isi teks karena keterbacaannya yang buruk. Untuk membedakan antara font judul dan font isi teks, desainer dapat membacanya dengan lantang baik dalam skala kecil maupun besar. Jika teks sulit dibaca saat ditampilkan dalam ukuran kecil, kemungkinan besar teks tersebut dirancang khusus sebagai font tampilan. Font judul dapat berupa huruf kapital semua, sedangkan font teks lebih efektif jika digunakan dengan kombinasi huruf besar dan kecil. Sebagai pedoman umum, font tampilan biasanya dipilih untuk judul dan harus diatur pada ukuran 14 poin atau lebih besar. Font teks digunakan untuk konten dan biasanya diatur antara 6 hingga 12 poin.

Font sans serif cocok untuk judul, terutama saat menggunakan variasi yang dipadatkan atau dikompresi. Karena struktur karakter yang lebih sempit pada font sans serif, font ini mampu meningkatkan tinggi judul dan menciptakan perbedaan yang mencolok dari bagian materi lainnya. Tipografi sans serif dicirikan oleh desain yang sederhana dan bersudut, termasuk variasi minimal dalam ketebalan goresan. Desainer mengatur jenis huruf kapital secara hemat untuk menciptakan penekanan pada judul, dan secara tidak sadar memberi tahu pembaca untuk "LIHAT INI!" Mereka juga menjaga agar baris teks tetap pendek untuk memastikan kemudahan pembacaan.

Penggunaan kata, ejaan, dan pengucapan dapat sangat bervariasi tergantung lokasi geografis dan budaya. Desainer perlu mengetahui sejarah dan signifikansi huruf-huruf alfabet untuk terhubung dengan pasar sasaran secara tepat.



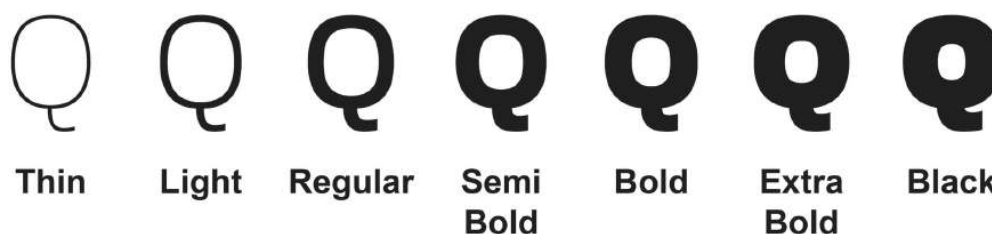
Gambar 5.9 Tipe Memiliki Tekstur.

Jenis huruf tidak semuanya sama, dan memahami bagaimana faktor-faktor seperti tekstur, ketebalan, dan proporsi huruf dapat memikat pembaca merupakan teknik tambahan untuk menarik perhatian pembaca dan mendorong mereka untuk membaca konten. Tiga atribut utama membedakan jenis huruf satu sama lain. Lebar goresan bervariasi dari tipis hingga sangat tebal, sementara bentuk huruf berkisar dari sangat padat hingga sangat lebar. Jenis huruf tertentu menunjukkan tekstur permukaan yang unik. Tekstur permukaan ini

meningkatkan desain jenis huruf dengan menyediakan banyak pilihan seperti garis luar, ukiran, stensil, dan garis dalam.

While "Roman" can sometimes refer to a middle weight, it typically denotes a type that is straight up and down, without any slant or italic. Additionally, font weight descriptions include hairline, thick, thin, and fat.

Meskipun ada upaya untuk mencapai konsensus tentang terminologi ketebalan dan proporsi, belum ada yang berhasil. Sebagian besar terminologi font yang biasa digunakan untuk menunjukkan ketebalan huruf adalah Tipis, Ringan, Buku, Sedang, Setengah Tebal, Tebal, Ekstra Tebal, Hitam, dan Sangat Tebal. Buku adalah ketebalan yang tepat untuk teks dalam buku dan Setengah Tebal disebut sebagai Demi.



Gambar 5.10 Untuk Konten, Keluarga Font Dengan Banyak Bobot Adalah Pilihan Yang Baik.

Proporsi dalam tipografi mengacu pada lebar karakter dalam kaitannya dengan tingginya. Umumnya, proporsi tersempit digambarkan sebagai ultra-kompresi. Biasanya, deskripsi font untuk lebar diidentifikasi sebagai ekstra kompresi, kompresi, terkondensasi, reguler, dan diperluas. Meskipun jenis huruf dapat memberikan berbagai tingkat kompresi, lebar perluasan biasanya terbatas.



Gambar 5.11 Untuk Konten, Keluarga Font Dengan Banyak Bobot Adalah Pilihan Yang Baik

Proporsi dalam tipografi mengacu pada lebar karakter dalam hubungannya dengan tingginya. Umumnya, proporsi tersempit digambarkan sebagai ultra-compressed. Biasanya, deskripsi font untuk lebar diidentifikasi sebagai extra compressed, compressed, condensed, regular, dan extended. Meskipun rupa huruf dapat memberikan tingkat kompresi yang berbeda, lebar ekspansi biasanya terbatas. Meskipun desainer biasanya menghindari penggunaan huruf besar penuh dalam teks tubuh, memulai kalimat dengan huruf kapital

adalah teknik yang efektif untuk menarik perhatian pembaca. Menggunakan satu atau sejumlah kecil huruf di awal bagian teks dapat menyampaikan makna keseluruhan kepada pembaca.

Dalam buku cerita, majalah, judul film, desain logo, dan ikon, karakter yang lebih tinggi dan lebih lebar daripada huruf lainnya dikenal sebagai Initial Caps, Drop Caps, dan Hanging Caps. Karakter khusus ini dapat dimanipulasi dan ditata untuk menarik perhatian pembaca dan memungkinkan mereka untuk mengetahui dari mana harus mulai membaca. Karakter ini dapat berupa font yang ukurannya lebih besar, atau dapat dirancang khusus untuk media tersebut.

Initial caps mengacu pada huruf pertama paragraf yang diperbesar dan terkadang ditata tetapi tetap berada pada garis dasar yang sama dengan teks lainnya. Drop caps masuk ke dalam teks, menempati beberapa baris. Huruf besar ini biasanya memanjang beberapa baris ke dalam paragraf, menciptakan pengantar yang menarik secara visual untuk teks tersebut. Hanging Caps berada di luar di sebelah kiri teks tetapi harus sejajar dengan kata pertama atau bagian dari kata tersebut. Meskipun huruf kapital awal paragraf biasanya dibuat secara manual atau menggunakan metode penataan huruf khusus, perangkat lunak penerbitan desktop kontemporer sering kali menyertakan fungsi yang memudahkan penambahan huruf kapital awal paragraf ke teks. Huruf kapital awal paragraf menambah daya tarik visual, meningkatkan keterbacaan, dan memberikan kesan elegan atau tradisional pada tata letak. Huruf kapital awal paragraf dapat dirancang dalam berbagai gaya, dari yang sederhana dan bersahaja hingga yang rumit dan dekoratif, tergantung pada estetika desain keseluruhan dan konteks publikasi.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Integer suscipit neque et nunc finibus dictum. Fusce gravida erat odio, quis pulvinar justo consequat non. Vivamus aliquet magna eget ornare porttitor. Quisque bibendum sem eu dolor euismod, non fermentum leo commodo. Curabitur a nulla feugiat, commodo velit quis, dignissim sapien. Mauris quis dictum ante. Praesent fringilla, nisl a tempor rhoncus, elit quam tristique odio, id convallis ante ligula ut neque. Duis porta faucibus odio eget congue.

Aenean auctor, purus sit amet hendrerit cursus, lacus ligula volutpat justo, sit amet consequat lacus magna in elit. Fusce tempor posuere vulputate. Donec imperdiet nulla non nisl ullamcorper, vel pharetra purus blandit. Suspendisse quis odio vitae magna venenatis sagittis. Aenean scelerisque tristique pharetra. Nunc at consectetur massa, ut commodo lacus. Morbi sed libero vel urna cursus pellentesque at eu quam. Nunc suscipit sollicitudin augue, in vulputate neque accumsan et. Donec eget

Ginteger auctor, metus non scelerisque volutpat, metus eros aliquam libero, at malesuada lorem elit quis nunc. Morbi consequat quam ligula, vel molestie odio hendrerit in. Fusce mattis imperdiet enim, quis blandit mi posuere a. Duis at ullamcorper sem. Aliquam eget ligula in neque pretium euismod at et mi. Phasellus mi tortor, scelerisque et tortor quis, congue fringilla justo. Class aptent taciti sociosqu ad litora torquent per conubia nostra, per inceptos himenaeos. Nullam sed nulla finibus, rhoncus ligula sed, aliquet leo. Pellentesque vehicula

Initial Cap

Drop Cap

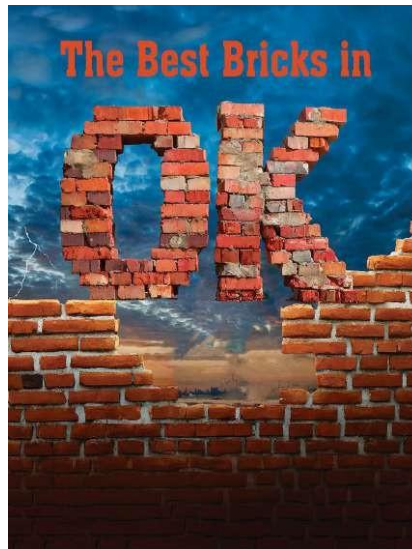
Hanging Cap

Gambar 5.12 Berbagai Huruf Kapital Paragraf Yang Menarik Perhatian Pembaca.

5.6 KETIK SEBAGAI GAMBAR

Mengingat kemudahan mendesain tipografi di komputer, banyak pekerja kreatif cenderung mengabaikan fakta bahwa tipografi juga dapat berupa gambar. Sebelum penemuan huruf, gambar berfungsi sebagai media utama untuk komunikasi dan penyampaian pesan. Ilustrator menciptakan tipografi berdasarkan gambar. Desainer yang efektif adalah mereka yang tidak membatasi diri pada apa yang dapat diketik oleh komputer. Untuk menarik perhatian pemirsa, cobalah menggunakan tipografi sebagai gambar. Desainer seperti Herb Lubalin dan Seymour Chwast tidak bergantung pada font yang telah dicetak untuk

menyampaikan pesan yang berdampak. Pelajari desainer di era pra-komputer untuk mempelajari bagaimana para seniman grafis menciptakan solusi.



Gambar 5.13 Contoh Latar Belakang Iklan Yang Menunjukkan Tipografi Sebagai Gambar.

Rincian: Gambar 5.15 dibuat menggunakan Adobe Firefly. Konfigurasi awal mencakup opsi foto dan pencahayaan suasana. Petunjuknya adalah "kata OK, terbuat dari batu bata, dengan ruang untuk teks." Spesifikasi untuk karya seni kedua adalah fotografi dan cahaya yang keras. Petunjuknya adalah "dinding batu bata di malam yang badai." Karya seni tersebut digabungkan di Adobe Photoshop dengan memadukan foto menggunakan masker, menyesuaikan rona dan saturasi, dan menambahkan gradien di bagian bawah untuk membuat area teks yang mudah dibaca di atas batu bata. Komposisi dimodifikasi untuk mengakomodasi penempatan teks, logo, dan ajakan bertindak selanjutnya.

Gunakan tipografi untuk membuat gambar yang menarik perhatian. Banyak desainer menggambar judul, memindai idenya, membersihkannya di Illustrator, dan memasukkan gambar itu sebagai judul. Jika efek yang terdistorsi atau rusak adalah tujuannya, cetak judulnya lalu lipat dan remas halaman tersebut. Setelah memindai halaman, bersihkan di Illustrator. Salah satu cara untuk menciptakan desain yang menarik adalah dengan berpikir di luar kotak komputer. Para kreatif yang dapat menggunakan tangan mereka dengan pikiran mereka memiliki keunggulan dibandingkan desainer yang hanya dapat berkreasi dengan komputer. Sebagai contoh, klien toko buku ingin memasang iklan yang ditujukan pada sensor oleh pejabat yang melarang buku-buku yang dianggap tidak dapat diterima secara sosial. Pendekatan desain yang menggunakan kata "Disensor" yang dicap sudah terlalu sering digunakan. Tanda "X" yang ditempatkan di seluruh buku juga sudah terlalu sering digunakan.

Jangan merasa terdorong untuk selalu menyelesaikan desain grafis dengan komputer. Banyak desainer telah belajar menggunakan tangan mereka dan komputer dengan mencetak kata-kata, merobek halaman, menyatukannya, dan menghasilkan solusi desain yang berbeda. Ketika sebuah ide berbeda dan tidak terlalu sering digunakan oleh pembaca, pesan tersebut memiliki peluang lebih besar untuk diingat. Yang perlu dilakukan seorang desainer hanyalah

memunculkan ide tersebut.



Gambar 5.14 Contoh Desain Yang Tidak Bergantung Pada Efek Komputer.

Rincian: Mencetak 2 halaman dari InDesign yang diatur dengan font sans serif tebal pada latar belakang putih dan sans serif tipis berbobot pada latar belakang abu-abu hangat. Kemudian merobek kertas dan menempelkannya dengan selotip untuk memberikan sedikit bayangan. Memotret komposisi dengan kamera ponsel, membersihkan gambar di Photoshop dan menyesuaikan kontras untuk menunjukkan bayangan pada kertas.

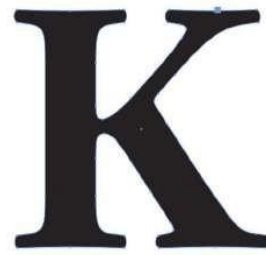
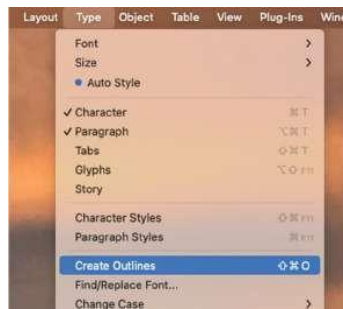
Tujuan desainer adalah untuk menarik perhatian pemirsa dan membuat mereka tertarik untuk membaca pesan. Merancang solusi yang menarik secara visual mungkin tampak sederhana, tetapi dengan lebih dari 3000 pesan per hari yang membombardir konsumen target, pemirsa cenderung mengabaikan sebagian besar pesan. Karena teknologi digital, sebagian besar desainer langsung menggunakan perangkat lunak dan mencoba menghasilkan ide-ide yang tidak biasa atau solusi yang tidak disengaja. Sebaliknya, seniman grafis kreatif memulai dengan riset, kemudian mengembangkan sketsa awal diikuti dengan desain komprehensif yang dimaksudkan untuk menciptakan desain yang tidak biasa yang menarik pembaca.

Namun, mungkin ada cara lain untuk menarik perhatian pemirsa sebelum hanya mengandalkan teks atau gambar yang menarik. Alih-alih langsung mengakses komputer, para desainer grafis ini meluangkan waktu untuk benar-benar melihat gambar mini (thumbnail) untuk melihat apakah ada metode alternatif untuk menarik perhatian pemirsa. Membuat judul berbasis gambar secara manual atau menggunakan kecerdasan buatan bisa sangat efektif.

Demonstration: Stylizing Type

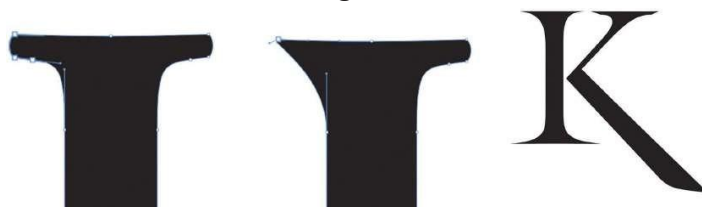
Anda dapat menggunakan salah satu dari tiga perangkat lunak utama: InDesign, Illustrator, atau Photoshop untuk mengubah dan memodifikasi guna membuat huruf kapital awal paragraf (drop cap), logo, dan ikon. Untuk saat ini, gunakan InDesign dan ketik huruf K dengan ukuran 72 poin. Pilih font yang dapat Anda manipulasi untuk desain Anda.

1. Gandakan huruf tersebut jika Anda perlu kembali ke huruf tersebut. Buka menu atas di bawah Tipe dan pilih Buat Garis Luar.



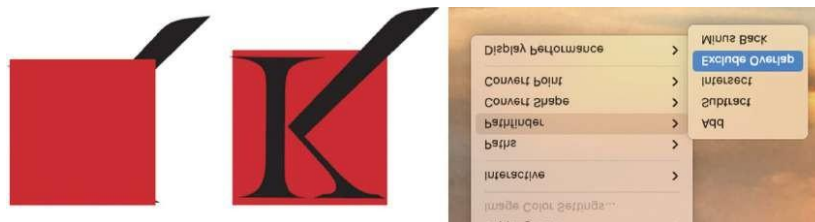
Gambar 5.15

2. Pilih jangkar dan sesuaikan sesuai keinginan Anda.



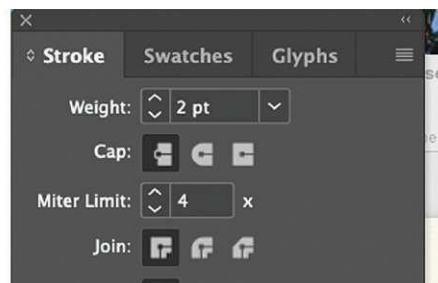
Gambar 5.16

3. Anda dapat menggabungkan dengan bentuk menggunakan Pathfinder. Kirim bentuk kotak ke belakang terlebih dahulu untuk efek ini. Di bawah Object, pilih Pathfinder, lalu pilih Exclude Overlap.



Gambar 5.17

4. Tambahkan setetes darah jika Anda mau. Letakkan persegi transparan di belakang huruf K dan tambahkan garis tepi.



Gambar 5.18

5. Coba opsi pathfinder lainnya untuk ide-ide di masa mendatang.

Portfolio Building Assignment – Stylizing Type



Gambar 5.19

Contoh untuk Tugas 2.

1. Dengan menggunakan salah satu atau kombinasi dari program perangkat lunak Adobe Illustrator, Photoshop, atau InDesign, buatlah huruf kapital awal yang bergaya. Jangan menyalin contoh apa pun atau menggunakan alat AI.
2. Dengan menggunakan huruf pertama dari nama depan Anda, buat huruf kapital besar (drop cap) untuk digunakan dalam buku pada paragraf pertama Bab 1. Buku ini untuk anak-anak, dan merupakan kisah khayalan.
3. Lampirkan satu halaman dengan huruf kapital besar dan satu halaman dengan huruf kapital besar yang sejajar dengan konten—ingat Anda adalah seorang desainer dan desainlah halaman tersebut. Anda akan dinilai berdasarkan pilihan font, bagaimana Anda mengubah font, warna, kreativitas, font konten, dan perataan.
4. Dengan menggunakan huruf pertama dari nama belakang Anda, buat huruf kapital untuk digunakan dengan judul film. Jangan gunakan huruf yang sama seperti yang Anda gunakan dalam desain buku.
5. Lampirkan satu halaman dengan huruf kapital awal dan judul film. Anda akan dinilai berdasarkan pilihan font untuk huruf kapital dan bagian judul lainnya, bagaimana Anda mengubah font, warna, dan kreativitas.

BAB 6

PARA AHLI TIPOGRAFI MEMBUATNYA TERLIHAT MUDAH

6.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Siswa akan mampu menyebutkan berbagai kategori font. Mereka akan mampu membedakan jenis huruf serif dan sans serif. Pengguna akan mampu membuat diagram anatomi jenis huruf.

Terminologi Profesional

Kaligrafi:	Huruf tulisan tangan bebas biasanya dengan pena atau kuas yang dapat bersifat dekoratif.
Keluarga:	Sekelompok jenis huruf serupa dengan bobot dan sudut.
Geometris:	Desain huruf berdasarkan lingkaran, segitiga, dan persegi panjang yang dibuat dengan garis lurus.
Grotesk:	Julukan para ahli tipografi untuk font yang kemudian dikenal sebagai sans serif.
Kerning:	Jarak antar huruf dalam kata.
Jarak antar huruf:	Kerning atau pelacakan huruf dalam sebuah kata.
Monospasi:	Font dengan jarak tetap untuk semua karakter.
Roman:	Bentuk huruf yang vertikal dan horizontal dan tidak miring atau landai.
Scrip:	Jenis huruf berdasarkan kaligrafi dan font tulisan tangan.
Struktur:	Penempatan dan hubungan komponen huruf.
Titik:	Titik di atas huruf kecil "i".
Tracking:	Istilah yang digunakan oleh perangkat lunak untuk spasi antar kata.
X-height:	Garis tak terlihat yang menentukan tinggi huruf kecil.



Gambar 6.1 Contoh AI Berupa Gambar Tipografi Yang Menyenangkan.

6.2 TUJUAN DARI TIPOGRAFI

Meskipun bahasa terdiri dari berbicara dan mendengarkan, untuk merekam bahasa



Anda harus menulis dan untuk menulis Anda harus memiliki font. Saat Anda berbicara, Anda dapat menggunakan intonasi untuk memperjelas kata-kata Anda dan Anda dapat memancing respons berdasarkan seberapa keras Anda berbicara, seberapa cepat Anda menyampaikan kata-kata Anda, dan semantik serta sintaksisnya. Jenis huruf dapat dilihat sebagai tekstur dan memiliki respons emosional intrinsik; tujuan dasarnya adalah untuk mengkomunikasikan suatu makna. Pilihan font tidak boleh sembarangan atau berdasarkan kebiasaan. Sungguh menakjubkan bagaimana jenis huruf dapat menimbulkan reaksi emosional. Sistem untuk mengidentifikasi jenis huruf sangat membantu dalam memilih tidak hanya satu font, tetapi juga memutuskan font mana yang cocok.

Panjang paragraf harus dimanipulasi untuk pembaca. Jika lebih dari 150 kata, mungkin tidak akan dibaca. Paragraf dengan lebih dari delapan kalimat akan dilewati daripada paragraf dengan tiga kalimat. Desainer harus memvariasikan panjang paragraf untuk memberikan ruang dalam desain. Desainer grafis mungkin berpikir ini seharusnya menjadi tanggung jawab penulis naskah, tetapi jika desain tidak dibaca, klien akan melihat tata letaknya. Jika tampaknya hampir seluruhnya berupa teks, perancang dapat menggunakan font yang diperkecil dan menurunkan ukuran huruf untuk memberikan tampilan yang lebih mudah dibaca.

Lebar konten juga penting dalam membaca. Banyak orang tidak membaca setiap kata tetapi membaca baris kata. Jika baris terlalu panjang, mereka akan kesulitan menemukan baris berikutnya untuk dibaca dalam sebuah paragraf. Kira-kira, 50 hingga 70 karakter termasuk spasi dalam satu baris teks adalah lebar optimal. Panduannya adalah menjaga panjang baris teks sekitar 14 kata sebelum jeda. Dengan munculnya penataan huruf digital dan penataan huruf sendiri oleh perancang grafis, spasi untuk kemudahan membaca telah hilang. Jika huruf diatur terlalu rapat, konten akan terlewatkan.



Gambar 6.2 Empat Kategori Jenis Huruf Utama Yang Menggunakan Semua 26 Huruf Alfabet Dalam Satu Kalimat.

6.3 KATEGORI JENIS HURUF

Diperkirakan ada hampir satu juta font yang tersedia untuk berbagai keperluan. Ketika desainer menelusuri banyaknya font yang tersedia dari Adobe, Apple, dan Google, tugas menemukan struktur jenis huruf yang tepat untuk digunakan dalam proyek desain bisa sangat membingungkan. Jangan puas dengan sesuatu yang mudah digunakan. Luangkan waktu untuk mengetahui bagaimana keluarga font didefinisikan. Pemasok font dan perusahaan percetakan huruf tidak menggunakan kategori yang sama, tetapi definisi dasarnya hampir universal.

Serif dan Sans Serif adalah yang paling populer, dengan Script dan Dekoratif mencakup variasi font lainnya. Font yang tepat yang digunakan untuk menyampaikan pesan adalah dasar dari desain yang luar biasa. Mahasiswa tipografi harus mencoba menilai perusahaan percetakan huruf dengan menghitung jumlah jenis huruf berbeda yang mereka sediakan. Atribut karakter setiap jenis huruf ditentukan oleh penggunaan historisnya.



Gambar 6.3 Font Bibel Diklasifikasikan Sebagai Blackletter Dalam Kategori Script.

Font Serif berasal dari gaya penulisan, lukisan, dan ukiran huruf kuno. Untuk mengukir huruf, sulit untuk menjaga agar bagian bawah huruf tetap sejajar dengan bagian atas dan bawah setiap bentuk. Menambahkan goresan pendek horizontal yang menonjol di bagian bawah dan atas setiap huruf membuat huruf tampak sejajar.

Goresan ini dikenal sebagai serif dan dapat ditambahkan ke bagian lain huruf pada sudut tertentu untuk menjaga agar huruf tetap seragam. Serif adalah istilah Belanda yang berarti garis. Awalnya, jenis huruf Serif melengkung, dengan gradasi goresan tebal dan tipis karena komunikasi pada saat itu ditulis tangan dengan alat tulis berujung datar seperti pena bulu dan kemudian dengan pena kaligrafi untuk membentuk huruf. Untuk mencegah tinta berceceran, komunikator harus belajar cara menarik ujung pena dan tidak mendorongnya, atau tinta akan menempel pada kertas. Keluarga huruf pertama yang digunakan untuk pencetakan adalah font Bible yang dibuat oleh Guttenberg. Font tersebut meniru gaya tulisan tangan pada periode waktu itu. Saat ini, font tersebut digunakan untuk spanduk surat kabar seperti Gazette dan band-band heavy metal.

As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.

As a hoax computer wizards quickly
fill visual design jobs.

As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.

Gambar 6.4 Kalimat Alfabet Lengkap Dengan Huruf Serif.

Dalam keluarga jenis huruf serif, akan ada jenis huruf roman yang hurufnya vertikal dan jenis huruf miring yang hurufnya condong dan memiliki goresan tebal dan tipis yang tegas



untuk menonjol dan ditekankan. Jenis huruf miring serif adalah struktur jenis huruf yang didesain ulang sepenuhnya yang hampir seperti font lain tetapi berdasarkan sudut. Keluarga sans serif memiliki jenis huruf miring yang condong dengan struktur yang pada dasarnya sama. Mereka mungkin memiliki jenis huruf miring, tetapi itu bukan jenis huruf miring yang sebenarnya.

As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.

As a hoax computer wizards quickly
fill visual design jobs.

As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.

Gambar 6.5 Contoh Kalimat Alfabet Lengkap Dengan Huruf Sans Serif.

Font yang tidak memiliki serif dikenal sebagai Sans Serif. Sans berarti tanpa dalam bahasa Prancis. Pada akhir tahun 1800-an ketika Sans Serif mulai digunakan, banyak desainer menyebut jenis huruf tanpa garis pendek dan goresan tebal dan tipis sebagai Grotesque. Mereka menganggap goresan bergelombang yang indah dengan serif sebagai jangkar itu cantik, dan ketika dihilangkan akan menghasilkan karakter yang jelek. Namun, Grotesque dianggap modern dan menjadi sangat populer. Banyak tipografer masih menyukai goresan tebal dan tipis atau ujung karakter yang melengkung dan menggunakan struktur jenis huruf serif ini saat membuat karakter untuk alfabet Grotesque. Akhirnya, para desainer menyadari bahwa font Grotesque memiliki tujuan, dan istilah Sans Serif diterapkan.

*As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.*

*As a hoax computer wizards quickly
fill visual design jobs.*

*As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.*

Gambar 6.6 Contoh Kalimat Alfabet Lengkap dengan Huruf Skrip.

Font yang tampak seperti tulisan tangan atau menyerupai kaligrafi dikenal sebagai Script. Kategori ini berkisar dari jenis huruf halus untuk pengumuman hingga jenis huruf bergaya abad pertengahan yang kasar seperti Blackletter yang digunakan sebagai logo spanduk surat kabar. Sekarang Anda akan melihat gaya ini digunakan untuk band-band heavy metal.



As a hoax computer wizards quickly fill
visual design jobs.

AS A HOAX COMPUTER WIZARDS QUICKLY
FILL VISUAL DESIGN JOBS.

AS A HOAX COMPUTER WIZARDS QUICKLY FILL
VISUAL DESIGN JOBS.

Gambar 6.7 Alfabet Lengkap Dengan Huruf Dekoratif.

Kategori terakhir, Dekoratif, adalah kategori umum untuk semua gaya huruf yang tidak termasuk dalam 3 kategori lainnya. Pendekatan mereka berbeda dan jarang digunakan untuk konten utama karena jenis huruf Dekoratif biasanya tidak mudah dibaca pada ukuran kecil. Para ahli tipografi perlu mengingat bahwa ini adalah font tampilan yang berfungsi sebagai judul dan titik awal untuk logo. Gaya ini dapat tampak fiksi ilmiah, historis, teknologi, kumuh, atau kartun. Banyak yang memiliki struktur yang hampir abstrak atau sangat geometris. Secara umum, para ahli tipografi dapat memilih kategori font yang tepat berdasarkan bagaimana pembaca mempersepsikan gaya font. Bagi pemirsa, font sans serif yang bersih mungkin terlihat lebih modern, inovatif, atau futuristik daripada kategori lainnya. Font serif mungkin dianggap kuno tetapi sempurna untuk desain yang membutuhkan keanggunan atau nuansa tradisional. Kategori font Script berkisar dari personal hingga anggun dalam desain, sedangkan font Dekoratif dianggap kreatif dan menarik perhatian.¹



Gambar 6.8 Anatomi Dasar Huruf: Garis Dasar, Tinggi X, Ascender, Dan Descender.

6.4 STRUKTUR HURUF

Huruf dibedakan berdasarkan gaya goresannya. Beberapa font bersifat geometris dan font lainnya melengkung dan bergelombang. Huruf dapat berupa monospasi di mana setiap huruf seperti M dan J menempati ruang yang sama atau font dapat memiliki jarak antar huruf yang proporsional. Huruf diletakkan di atas fondasi imajiner yang dikenal sebagai Garis Dasar yang biasanya berupa garis lurus tegak lurus terhadap halaman, tetapi garis tersebut dapat miring atau bergelombang. Struktur huruf didasarkan pada garis tak terlihat yang dikenal sebagai Tinggi X yang menjaga semua huruf kecil pada ketinggian yang sama. Tinggi huruf kecil ditentukan oleh huruf x kecil, tidak termasuk ascender dan descender. Bagian dari karakter huruf kecil (b, d, f, h, k, l, t) yang menonjol di atas tinggi x disebut sebagai Ascender.



Sebaliknya, bagian dari sebuah karakter (g, j, p, q, y, dan terkadang huruf kapital J) yang turun di bawah garis dasar disebut Descender. Tinggi Huruf Kapital adalah ukuran huruf kapital dari garis dasarnya hingga bagian atas karakter dengan bagian atas dan bawah yang rata.

Struktur tipografi adalah faktor penentu dalam membuatnya mudah dibaca. Tipografi dapat diatur terlalu besar atau terlalu kecil, tetapi itu adalah tindakan yang keliru dari perancang. Keterbacaan mengacu pada apakah sejumlah teks yang panjang mudah dibaca. Kejelasan mengacu pada apakah sejumlah teks pendek langsung dapat dikenali. Sebuah tipografi menjadi kurang mudah dibaca seiring dengan semakin menonjolnya fitur-fiturnya. Ini adalah masalah moderasi fitur, hampir seperti ketidakjelasan. Jika jenis huruf yang sangat khas menyebabkan pembaca berhenti dan memperhatikan perbedaannya dengan font normal, font khas tersebut kemungkinan besar kurang mudah dibaca daripada pilihan lain.

Keterbacaan menurun jika jenis huruf menarik perhatian melalui goresan tebal, goresan sangat tipis, kontras yang kuat antara bentuk huruf tebal dan tipis, bentuk yang sangat padat, bentuk pendek dan gemuk, karakter miring, serif mewah, swash, atau fitur ekstrem lainnya. Argumennya adalah bahwa jenis huruf yang familiar akan lebih mudah dibaca daripada jenis huruf yang jarang digunakan. Misalnya, kategori jenis huruf Blackletter sulit dibaca. Namun, ketika blackletter adalah font yang biasa dibaca semua orang, itu mudah bagi mereka. Orang-orang yang sama akan kesulitan membaca jenis huruf ini. Karena kita tumbuh membaca jenis huruf gaya lama, kita menganggapnya paling mudah dibaca.

Akibatnya, kita lebih menyukai penggunaan jenis huruf serif gaya lama dalam teks isi. Jenis huruf modern biasanya terlalu menantang karena strukturnya yang padat dan kurangnya goresan tebal dan tipis. Kategori jenis huruf sans serif dicirikan oleh tinggi x yang lebih besar dan ketebalan garis yang lebih tebal, yang memungkinkan jenis huruf ini lebih mudah dibaca pada baris teks pendek. Jenis huruf ini berdampak dan menarik perhatian untuk judul, subjudul, dan ajakan bertindak. Jika detail gaya huruf terlalu ekstrem, hal itu dapat menimbulkan masalah bagi pembaca. Manakah dari blok konten berikut yang lebih mudah dibaca?

Tidak adanya serif dan kurangnya keseragaman ketebalan garis pada jenis huruf sans serif untuk isi teks dapat menjadi tantangan bagi banyak pembaca. Serif pada font gaya lama dapat meningkatkan keterbacaannya tetapi memberikan kesan ketinggalan zaman. Orang-orang terbiasa membaca huruf besar dan kecil, dan ketika disajikan dengan isi teks dan judul panjang yang menggunakan huruf besar, audiens target akan melewatkannya.

Jenis huruf terbalik, yaitu font terang pada latar belakang gelap, dapat sulit dibaca. Paragraf dengan font miring atau kursif dapat sulit dibaca dalam bentuk cetak. Pada monitor, jenis huruf terbalik mungkin tidak terlalu sulit dibaca. Desainer yang kurang berpengalaman akan menggunakan jenis huruf tampilan sebagai isi teks tanpa mengetahui bahwa jenis huruf tersebut tidak pernah dirancang untuk teks, sehingga terlalu kecil dan sulit dibaca.

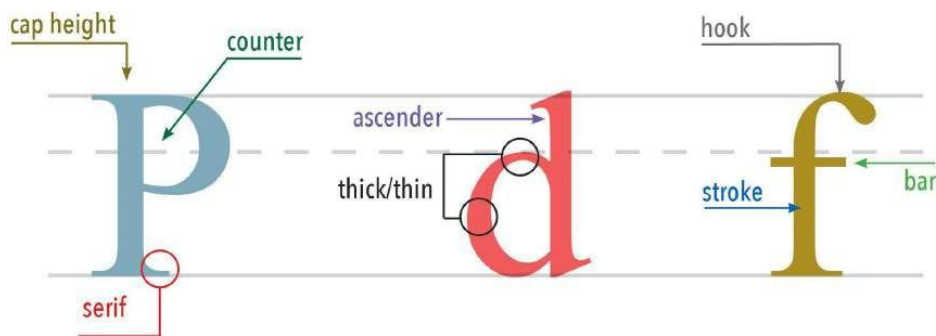
A typeface becomes less readable as the features become more noticeable. It is a matter of moderation of the features, almost an invisibility. If a typeface is very distinctive, so distinctive that it makes you stop and say wow look at that typeface, it is lower on the readability scale. Readability diminishes if a typeface calls attention to itself through thick strokes, very thin strokes, a strong contrast between the thick and thin letterforms, extremely condensed forms, short and squatly forms, slanted characters, fancy serifs, swashes, or other extreme features.

A typeface becomes less readable as the features become more noticeable. It is a matter of moderation of the features, almost an invisibility. If a typeface is very distinctive, so distinctive that it makes you stop and say wow look at that typeface, it is lower on the readability scale. Readability diminishes if a typeface calls attention to itself through thick strokes, very thin strokes, a strong contrast between the thick and thin letterforms, extremely condensed forms, short and squatly forms, slanted characters, fancy serifs, swashes, or other extreme features.

A typeface becomes less readable as the features become more noticeable. It is a matter of moderation of the features, almost an invisibility. If a typeface is very distinctive, so distinctive that it makes you stop and say wow look at that typeface, it is lower on the readability scale. Readability diminishes if a typeface calls attention to itself through thick strokes, very thin strokes, a strong contrast between the thick and thin letterforms, extremely condensed forms, short and squatly forms, slanted characters, fancy serifs, swashes, or other extreme features.

A TYPEFACE BECOMES LESS READABLE AS THE FEATURES BECOME MORE NOTICEABLE. IT IS A MATTER OF MODERATION OF THE FEATURES, ALMOST AN INVISIBILITY. IF A TYPEFACE IS VERY DISTINCTIVE, SO DISTINCTIVE THAT IT MAKES YOU STOP AND SAY WOW LOOK AT THAT TYPEFACE, IT IS LOWER ON THE READABILITY SCALE. READABILITY DIMINISHES IF A TYPEFACE CALLS ATTENTION TO ITSELF THROUGH THICK STROKES, VERY THIN STROKES, A STRONG CONTRAST BETWEEN THE THICK AND THIN LETTERFORMS, EXTREMELY CONDENSED FORMS, SHORT AND SQUATLY FORMS, SLANTED CHARACTERS, FANCY SERIFS, SWASHES, OR OTHER EXTREME FEATURES.

Gambar 6.9 Penataan Huruf 10/14 Poin (Bukan Ukuran Sebenarnya).



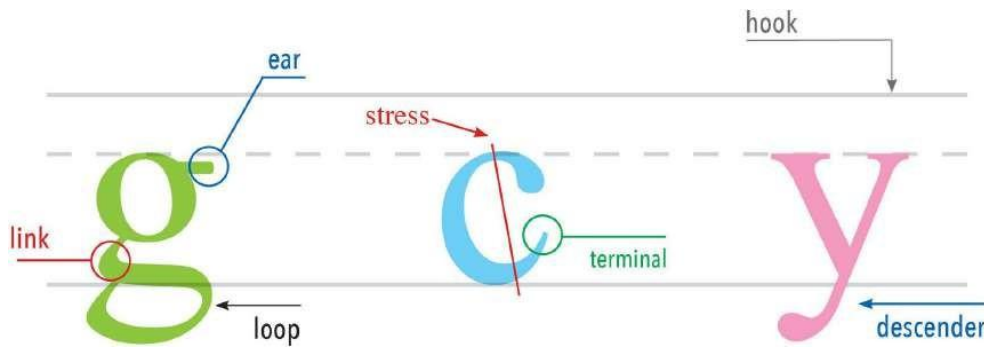
Gambar 6.10 Anatomi Huruf Pada Jenis Huruf Serif.

6.5 ANATOMI HURUF

Garis tebal dan tipis pada jenis huruf, bersama dengan ada atau tidaknya serif, dapat menciptakan sentimen pada kata tersebut. Kebanyakan orang awam tidak melihat banyak perbedaan dalam jenis huruf, tetapi jika mereka diperlihatkan berbagai jenis huruf dalam sebuah logo, berdampingan, dan ditanya mana yang mereka sukai, mereka akan memiliki pendapat yang pasti.

Seni tipografi adalah ilmu yang sangat teliti. Keseragaman dan ketelitian diperlukan agar jenis huruf mudah dibaca. Tinggi huruf kecil tidak boleh terlalu kecil yang akan menghambat keterbacaan kata, dan tidak boleh terlalu tinggi yang menyebabkan konflik visual dengan huruf besar. Garis vertikal untuk bentuk huruf adalah goresan (stroke) di mana bagian huruf lainnya terhubung dengan serif dan garis (bar). Ciri umum huruf adalah garis (bar) yang merupakan goresan horizontal pada karakter seperti A, H, R, e, dan f. Ruang yang sebagian atau seluruhnya tertutup di dalam sebuah karakter disebut Counter, seperti pada huruf B, b, D, o, O. Huruf g kecil pada sebagian besar jenis huruf serif merupakan bentuk huruf yang

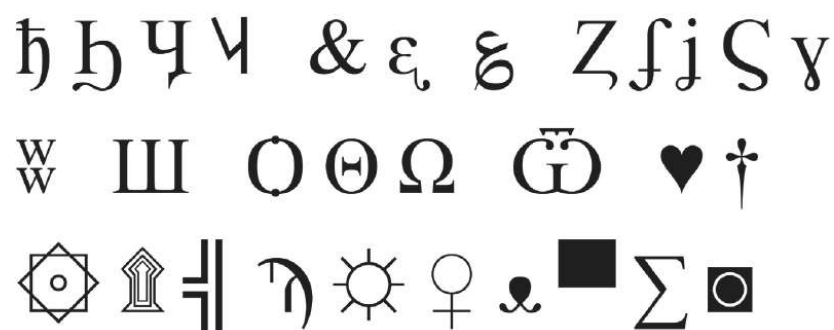
rumit. Huruf ini memiliki dua counter dan sebuah Loop yang terletak di bagian descender yang terhubung ke Link. Banyak jenis huruf g sans serif hanya memiliki descender, tanpa link dan loop. Huruf g serif juga memiliki Ear. Ujung goresan pada huruf serif seperti C, atau t, atau awal huruf serif seperti a, disebut Terminal.



Gambar 6.11 Komponen Huruf Pada Jenis Huruf Serif.

Jenis huruf dikategorikan ke dalam keluarga. Istilah "keluarga" dalam tipografi mengacu pada kumpulan berbagai bobot, gaya, dan karakter khusus seperti dingbat dari suatu jenis huruf. Jenis huruf bervariasi berdasarkan bobot, bentuk, struktur, dan gayanya, yang memungkinkan kita untuk membedakannya. Saat memilih font untuk digunakan, keluarga yang memiliki banyak pilihan bobot lebih disukai. Tipis, ringan, reguler, sedang, demi, tebal, berat, dan hitam akan memberi tipografer pilihan. Lebih baik memilih keluarga yang menawarkan berbagai kemungkinan bobot. Tipografer akan memiliki berbagai alternatif termasuk tipis, ringan, reguler, sedang, demi, tebal, berat, dan hitam.

Struktur huruf mencakup berbagai elemen seperti tinggi x, panjang ascender dan descender, bentuk counter dan bowl, sudut kaki, jenis serif, dan tinggi huruf kapital. Setiap karakter memiliki bentuk yang berbeda, yang dapat berupa runcing, rileks, memanjang, menyempit, atau geometris. Gaya huruf berkaitan dengan penunjukan atribut tertentu, seperti roman, miring, padat, diperbesar, tebal, atau bulat.



Gambar 6.12 Akses Glyph via InDesign: > Tipe & Tabel > Glyph.

6.6 PENATAAN HURUF SECARA BERTANGGUNG JAWAB

Tujuan desain seorang seniman komersial adalah untuk menciptakan pengalaman membaca yang mudah bagi audiens yang dituju. Font dipilih berdasarkan kemampuannya



untuk terhubung dengan pemirsa dan struktur keterbacaan font. Sebelum penemuan komputer, seorang seniman grafis akan menentukan font, bobot dan ukuran, lebar paragraf, dan jarak antar baris teks di atas kertas untuk penata huruf. Orang ini akan mahir dalam tanda baca, tata bahasa, dan aturan ejaan serta penggunaan bahasa Inggris yang tepat. Konten akan disusun dalam struktur tipografi yang ramah cetak. Komputer telah memperluas keahlian yang dibutuhkan seorang desainer grafis untuk mencakup penata huruf.

Seorang desainer grafis menentukan keterbacaan konten dengan menyesuaikan spasi antar baris dan spasi antar huruf, yaitu jarak antara masing-masing huruf. Perangkat lunak InDesign para insinyur menetapkan kontrol spasi antar huruf pada fitur pelacakan. Jika spasi antar huruf terlalu lebar, akan sulit dibaca. Logo yang terdiri dari satu atau dua kata merupakan pengecualian. Memahami baris teks yang terlalu lebar bisa menjadi tantangan. Penyelarasan, seperti justifikasi, dapat meningkatkan kesulitan membaca.

Ketika terdapat lebih dari dua baris teks, desainer harus menghindari spasi antar baris negatif, karena hal ini dapat menyebabkan ascender dan descender tumpang tindih. Program Adobe biasanya mengatur spasi antar baris default terlalu rapat, sehingga perlu penambahan satu atau dua poin. Desainer grafis pemula harus membiasakan diri dengan beberapa gaya format halaman, seperti gaya Chicago, gaya APA, dan gaya MLA, untuk memahami penggunaan tanda baca yang benar.

Tanda titik diikuti oleh satu spasi. Penting untuk mengetik tanda kutip dan tanda inci secara terpisah karena perbedaannya yang jelas. Default di InDesign adalah tombol kutip dan tombol apostrof, yang merupakan tanda yang melengkung. Tanda inci dan tanda kaki harus berupa tanda lurus dan tidak dapat diganti dengan tanda kutip ketika seorang desainer grafis mengerjakan proyek yang membutuhkan pengukuran. Misalnya, tanda ini sangat penting saat menyatakan ukuran, seperti dimensi kartu pos yang berukuran 4" x 5". Desainer dapat menonaktifkan tanda kutip pintar bawaan di preferensi InDesign atau mengetik tanda inci atau kaki dengan menekan tombol kurung siku sambil menekan shift atau option/alt. Alternatif lain adalah menggunakan penampil karakter Simbol Emoji di Mac.

Tidak seperti menulis laporan di mana paragraf dapat diberi spasi ganda untuk menunjukkan jeda, ketika seorang desainer mengatur jenis konten isi, spasi em harus dimulai di setiap paragraf. Spasi em ini diketik dengan menekan bilah spasi dua kali atau menekan spasi yang sama dengan huruf M kapital. Jika desainer memasukkan baris baru tambahan di antara paragraf dalam tata letak, itu akan menyebabkan paragraf tampak terlalu jauh terpisah, mengganggu alur. Penting bagi desainer untuk menunjukkan jeda paragraf.

Desainer grafis menggunakan tombol tanda hubung bersamaan dengan tombol option/alt dan shift, untuk memasukkan tanda hubung En atau tanda hubung Em. Tanda hubung em, yang lebih panjang dari tanda hubung, menunjukkan perubahan mendadak dalam bentuk kalimat. Contohnya: "Dia akan meneleponmu lebih awal — sebelum rapat — tetapi dia terjebak dalam rapat lain." Tanda hubung en dash, meskipun lebih panjang dari tanda hubung biasa, lebih pendek dari tanda hubung em dash dan umumnya digunakan untuk menunjukkan rentang waktu, seperti "8–10 a.m." Meskipun penulis naskah dan generator konten AI harus memiliki pemahaman yang kuat tentang norma tata bahasa dan tanda baca, tanggung jawab

desainer grafis adalah untuk menjamin keakuratan materi tersebut.

Selain itu, tanda hubung en dash digunakan untuk mengganti frasa "sampai" dalam tanggal, waktu, atau angka referensi seperti 8–10 p.m. Sebelumnya, singkatan "am" dan "pm" ditulis dengan huruf kapital kecil. Namun, konvensi saat ini adalah menuliskannya sebagai "a.m." dan "p.m." dengan huruf kecil, dengan titik sebagai pemisah antar huruf saat digunakan dalam kalimat. Panduan gaya juga menyarankan penggunaan spasi untuk memisahkan angka waktu dari singkatan. Sebagai informasi tambahan, istilah AM dan PM merupakan singkatan dari 'Ante Meridiem' dan 'Post Meridiem', dengan a.m. menunjukkan waktu sebelum tengah hari dan p.m. mengacu pada sore hari.



Gambar 6.13

Rincian Petunjuk Firefly: desainer grafis tertidur di tempat tidur menghitung domba kecil sebelum memulai pekerjaan; Font berbeda dengan tekstur untuk huruf A; Dikombinasikan dan diedit di Photoshop.

6.7 MEMBUAT DAN MEREVISI FONT

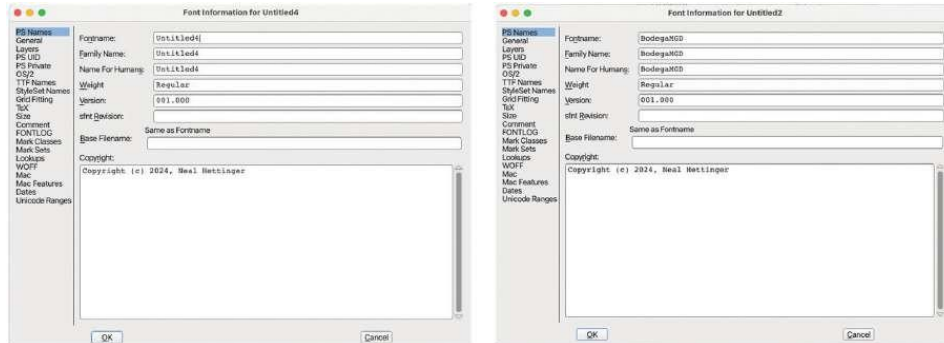
Para seniman grafis menggunakan berbagai perangkat lunak desain font, termasuk FontForge, FontStruct, Inkscape, dan Adobe Illustrator. Mereka membuat karakter font individual dengan aplikasi desain vektor untuk logo dan judul. Lihat Bab 5 untuk stylisasi tipografi dengan Illustrator.

Illustrator menghasilkan vektor, membuatnya dapat diskalakan dan menjadikannya program yang unggul untuk pengembangan tipografi dalam perangkat lunak desain Adobe. Photoshop dan InDesign menggunakan piksel yang akan menurun kualitasnya saat diubah ukurannya. Desainer bertujuan untuk memperluas proyek dan menggunakan Illustrator untuk menjamin bahwa tipografi tetap bebas dari pikselasi terlepas dari ukurannya.

Ketika seorang seniman grafis bermaksud untuk membuat atau memodifikasi desain untuk konten, mereka harus secara efisien mengadaptasi seluruh alfabet. FontForge adalah editor font kerangka gratis dan sumber terbuka. Kunjungi situs web mereka untuk memilih dan mengunduh versi terbaru. Apple tidak mengenali Fontforge sebagai pengembang terdaftar, sehingga mencegah instalasi unduhan. Pesan "FontForge.app tidak dapat dibuka karena pengembang tidak dapat diverifikasi" muncul.

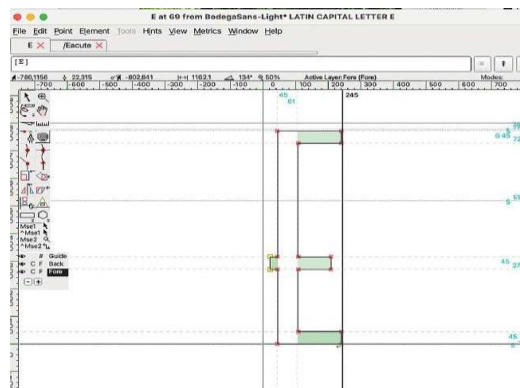
Sebelum menginstal file apa pun yang diunduh dari internet, file tersebut harus selalu

dipindai untuk mendeteksi malware. Setelah FontForge dipindai dan dinyatakan bersih, buka Preferensi Sistem. Pilih menu Apple • > Pengaturan Sistem, lalu klik Privasi & Keamanan. Pilih FontForge dan klik Buka Saja.



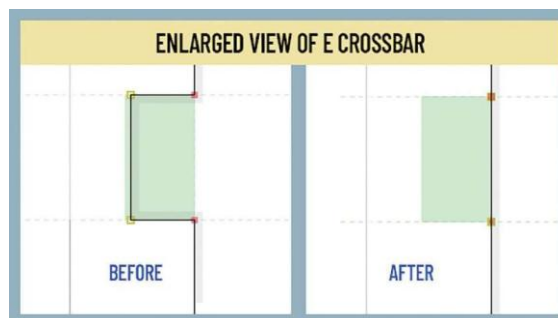
Gambar 6.14

Banyak desainer memilih untuk membuat font mereka sendiri di Adobe Illustrator dan mengekspornya sebagai file EPS untuk dimuat ke FontForge. Presentasi ini mengilustrasikan penyesuaian seluruh alfabet untuk jenis konten.



Gambar 6.15

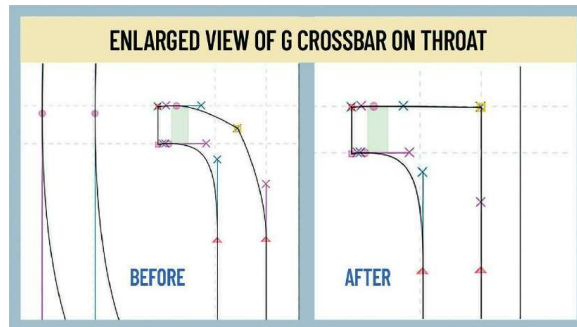
Setelah menu FontForge terbuka, pilih Baru di bawah File. Tekan tombol Control untuk membuka font yang ingin diubah di FontForge, lalu pilih Buka Info Font di bawah Elemen. Beri nama font yang telah direvisi. Pilih font yang ingin diubah di bawah File > Import.



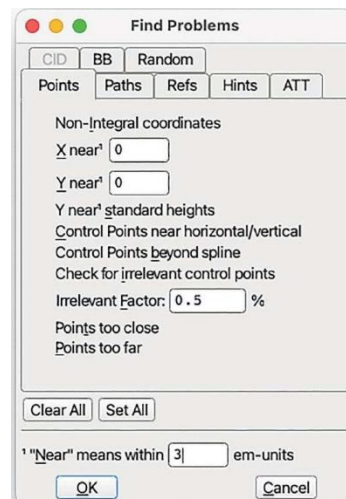
Gambar 6.16

Klik dua kali pada huruf untuk merevisi dan melakukan perubahan menggunakan

berbagai alat yang tersedia. Pada huruf E, F, dan H, garis horizontal akan dipersingkat agar sejajar dengan garis vertikal, dan pada huruf G ditambahkan titik untuk menciptakan efek putaran yang lebih jelas. Tutup jendela kerja dan periksa alfabet untuk memastikan semua perubahan telah dilakukan.



Gambar 6.17



Gambar 6.18

Pilih Open Type yang dalam hal ini akan menyimpan file sebagai BodegaSans.otf yang akan disimpan di komputer. Di Font Book, seret font baru ke folder Semua Font. Untuk mengecek, buka Elemen > Validasi > Temukan Masalah. Jika semuanya baik-baik saja, lanjutkan dengan menghasilkan font. Buka File > Hasilkan.



Gambar 6.19

Karena FontForge adalah perangkat lunak gratis, seperti yang diharapkan, UI (antarmuka pengguna) -nya rumit dan tidak intuitif. Namun, ada program berbayar, seperti Fontographer, yang lebih mudah dinavigasi. Program ini menawarkan uji coba 10 hari dan lisensi tahunan seharga Rp.4.990.000.



Gambar 6.20

Masa Depan Huruf

Teknologi yang berkembang pesat akan memungkinkan desainer grafis untuk bereksperimen dan mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana pembaca berinteraksi dengan teks. Ada banyak ide tentang di mana huruf akan berada dalam sepuluh tahun ke depan, dan kecerdasan buatan mungkin akan banyak berperan dalam penggunaannya.

Ketika komputer muncul dengan perangkat lunak desain, huruf harus memiliki file layar dan file printer. Awalnya, font internet terbatas pada sekitar 16 pilihan. Agar desain web berkembang, file font web juga dibuat untuk memungkinkan kampanye pemasaran yang konsisten dengan menggunakan keluarga font yang sama.

Font OpenType adalah font variabel yang dikembangkan sekitar tahun 2016 oleh Apple, Adobe, dan Microsoft, untuk memungkinkan satu file berfungsi untuk semua desain digital. Desainer dapat secara aktif memodifikasi bobot, lebar, kemiringan, dan atribut lainnya, sehingga menghasilkan huruf yang lebih serbaguna dan mudah beradaptasi. Pengembang akan semakin banyak menggunakan font ini untuk menciptakan pengalaman yang sangat responsif dan menarik di berbagai platform dan perangkat. Para perancang tipografi kemungkinan akan memiliki kendali lebih besar atas modifikasi jenis huruf dan perubahan parameter agar sesuai dengan pilihan mereka, baik untuk alasan estetika maupun aksesibilitas.

Kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin dapat membantu menciptakan font baru dengan memeriksa desain yang ada. Kemajuan dalam AI dapat menghasilkan modifikasi inovatif dan jenis huruf unik yang disesuaikan untuk merek atau persyaratan konten tertentu. Font masa depan mungkin akan merespons lingkungannya, mengoptimalkan keterbacaan sesuai dengan kondisi pencahayaan atau dimensi layar. Antarmuka dapat secara otomatis beralih ke jenis huruf yang lebih tebal dan lebih mudah dibaca dalam kondisi cahaya redup atau saat ditampilkan pada layar yang lebih kecil seperti perangkat seluler. Desain jenis huruf dapat berkembang untuk memenuhi peningkatan permintaan komunikasi lintas budaya, menggunakan jenis huruf yang menyesuaikan dengan berbagai bahasa, sistem penulisan, dan estetika regional sambil mempertahankan keterbacaan dan integritas desain.

Perancang dapat mendesain jenis huruf untuk efisiensi energi, khususnya dalam



konteks digital di mana font tertentu menggunakan daya lebih sedikit karena rendering layarnya. Font ini berpotensi mengurangi konsumsi energi dengan membutuhkan lebih sedikit piksel atau daya komputasi yang lebih rendah. Seiring meningkatnya pentingnya aksesibilitas, pemirsa dapat melihat peningkatan font yang secara khusus dirancang untuk individu penyandang disabilitas, termasuk jenis huruf ramah disleksia dan font yang meningkatkan keterbacaan bagi mereka yang memiliki gangguan penglihatan atau lansia.

Font 3D akan semakin populer seiring berkembangnya realitas virtual dan realitas tertambah. Font ini akan dibangun untuk lingkungan interaktif, menawarkan pendekatan baru untuk mengalami dan berinteraksi dengan teks. Tipografi dapat terintegrasi ke dalam lingkungan virtual atau antarmuka realitas tertambah, berfungsi sebagai objek material yang dapat dimanipulasi.

6.8 AHLI TIPOGRAFI

Tipografer dan perancang huruf adalah dua istilah yang dapat membingungkan. Perancang jenis huruf bertanggung jawab atas pengembangan font untuk perpustakaan online dan perusahaan percetakan. Tipografer merancang jenis huruf dan mengatur struktur huruf menjadi tampilan yang menarik dan imajinatif.

Banyak desainer grafis lemah dalam memilih font yang tepat. Metode paling efektif untuk belajar dan mengatasi kekurangan ini adalah dengan mempelajari tipografer yang berpengalaman dan sukses. Semua desainer grafis harus meneliti tipografi untuk mempelajari inovator terkenal dan yang kurang terkenal di bidang ini.

Herb Lubalin

Sebagai seorang tipografer buta warna, Bapak Lubalin memusatkan teori desainnya pada bagaimana makna dikomunikasikan dari satu pikiran ke pikiran lain. Tipografi adalah kuncinya. Di sinilah ia memulai konsepnya dan pada akhirnya bagaimana ia mencapai tujuannya. Lubalin tidak percaya bahwa istilah "tipografi" harus digunakan untuk menggambarkan karyanya. Lubalin adalah seorang direktur seni periklanan yang inovatif dan yang menetapkan tolok ukur orisinalitas sebagai perancang publikasi untuk orisinalitas dan perbedaan dalam publikasi Avant Garde dan U & Ic. Solusi tipografinya untuk Families, Mother & Child, Beards, dan menunjukkan mengapa ia dianggap sebagai pemimpin revolusi kreatif Ekspresi Grafis sebagai pengganti desain modern Swiss. Untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut tentang desainnya, lakukan pencarian di internet untuk "Apa itu tipografi Herb Lubalin?"

Giambattista Bodoni

Pencetak Italia Giambattista Bodoni dikenal sebagai pelopor desain buku modern pada akhir abad ke-18. Tuan Bodoni menciptakan sejumlah jenis huruf yang jelas dan sederhana, salah satunya dinamai menurut namanya dan masih banyak digunakan hingga saat ini: Bodoni. Sementara gaya lain dirancang berdasarkan Oldstyle Serifs, Tuan Bodoni memelopori penciptaan font inovatif dan ramping yang saat ini disebut sebagai Font Modern. Jenis huruf ini mencakup serif tipis garis lurus tanpa tanda kurung dengan tekanan dan penekanan vertikal. Jenis hurufnya tidak hanya memengaruhi desain modern, tetapi banyak desainer juga



menggunakan font Modern ini, karena salah mengira bahwa font tersebut diproduksi baru-baru ini. Calvin Klein dan Vogue menggunakan jenis huruf Bodoni karena garisnya yang tipis dan modis serta serifnya yang canggih.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
 Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
 1234567890 ;™£∞§¶•ª¬≠œΣ®
 †¥¨^øπ"“‘’âßåðƒ©·Δ°¬...æΩ≈ç
 √~µ≤≥÷¼½¾¿»Ωπ‡†"'''Δ√f*

Gambar 6.21 Contoh Font Giambattista Bodoni.

Seymour Chwast

Sebagai anggota terkemuka dari "Art Squad" yang terhormat, sebuah kelompok seniman keliling yang mengkhususkan diri dalam pembuatan papan nama dan poster di Kota New York, Seymour Chwast mendapatkan pengakuan sebagai "Desainer Kidal." Bersama Milton Glaser, Bapak Chwast mendirikan Pushpin Studio yang inovatif, yang menghasilkan karya seni inovatif yang secara signifikan memengaruhi arah komunikasi grafis modern.

Surat kabar bebas format ini, Pushpin Graphic, dikirimkan kepada teman dan klien. Sejak awal, majalah yang menarik secara visual ini menimbulkan kehebohan di kalangan komunitas desain. Tujuan publikasi ini adalah untuk mendorong batas-batas teknik desain grafis konvensional dan mengintegrasikan desain dengan ilustrasi. Strategi ini tidak hanya secara efisien menampilkan keterampilan studio tetapi juga memiliki pengaruh yang mendalam pada desain dan arahan seni akhir tahun 1950-an dan awal 1960-an, khususnya dalam integrasi ilustrasi dan desain. Pengorganisasian semua karya seni oleh Chwast dan Glaser ke dalam satu edisi di dalam kotak-kotak bersudut bulat menandai perkembangan grafis yang menarik. Desainer lain segera mengadopsi motif desain ini sebagai elemen desain dalam majalah.

Majalah seperti Vanity Fair, The Atlantic, The New Yorker, dan The Wall Street Journal menampilkan pendekatan inovatif Chwast. Ia mendesain banyak sampul buku, sampul album, kemasan, dan poster. Chwast menciptakan banyak font yang mewujudkan era gaya grafis tahun 1960-an, mengalir tebal dan tipis dengan dasar yang berat. Untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut tentang desainnya, lakukan pencarian di internet untuk "Apa tipografi Seymour Chwast?"

Jessica Hische

Jessica Hische telah membuktikan dirinya sebagai talenta yang patut dipelajari dengan menciptakan tekstur dan huruf dalam desainnya, menangkap nuansa perdagangan suatu perusahaan. Ia memulai proses kreatifnya dengan selalu membuat sketsa sebelum melanjutkan ke model warna formal. Ia mengimpor desainnya sebagai referensi, kemudian



memeriksa bentuk huruf untuk membangun struktur dasar desain. Ibu Hische lebih suka memulai dengan bentuk dasar, menyesuaikan dan menggabungkannya untuk menciptakan bentuk huruf. Karya Hische lebih seperti ilustrasi dari jenis huruf yang diwakili daripada kata dan frasa yang dicetak. Untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut tentang pilihan font-nya, lakukan pencarian di internet untuk "Jessica Hische tentang Memilih Jenis Huruf."

Steve Vance

Perancang sampul album pemenang Grammy Award, Steve Vance, juga merupakan salah satu penerbit di Bongo Comics Group, yang menerbitkan dan memproduksi The Simpsons Comics. Ia telah menciptakan sampul album untuk banyak band, termasuk Grateful Dead. Bapak Vance mengerjakan judul-judul hiburan rumahan yang bergaya campy dan film B, serta lini ThrillerVideo. Ia menciptakan lini kartu ucapan yang menggunakan pendekatan komik untuk mengejek masalah sehari-hari masyarakat. Vance kuliah di Florida State University, di mana ia belajar di bawah bimbingan Mark Witten, seorang profesor yang mendorong perancang grafis untuk menjadi kreatif sambil mengidentifikasi gaya yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sebuah desain. Untuk mempelajari dan memahami lebih lanjut tentang gaya penulisan hurufnya, lakukan pencarian di internet dengan kata kunci "portofolio huruf Steve Vance" dan "perancang sampul Grateful Dead."

Exercise— Typographers

Tugas ini mengharuskan Anda untuk meneliti tiga dari lima tipografer yang dibahas dalam bab ini. Berikan dua atau tiga tangkapan layar karya mereka dan susun penjelasan singkat yang mengklarifikasi alasan di balik pilihan Anda. Salin foto Anda ke halaman InDesign individual untuk setiap tipografer dan sertakan teks Anda di bawah setiap gambar. Untuk mengambil tangkapan layar di Mac: Tahan shift-option-4 dan seret kursor Anda di atas gambar yang Anda sertakan dalam laporan Anda. Cara mengambil tangkapan layar di PC: Tekan tombol logo Windows + Shift + S. Tekan Print Screen (PrtSc). Cara mengambil tangkapan layar di Ponsel: Tahan tombol 'Power' dan 'Volume down'. Perangkat mungkin berbeda, jadi jika Anda mengalami masalah, lakukan pencarian di internet untuk perangkat spesifik Anda.

Learning Library Exercise – Font Report

Tulis laporan singkat tentang dua dari enam font yang tercantum di bawah ini. Sebutkan klasifikasi dan perkiraan tahun rilis untuk setiap font di bawah ini. Merujuklah pada klasifikasi tipe dalam bab ini, bukan apa yang mungkin Anda temukan di internet. Kemudian, dalam satu kalimat, jelaskan jenis desain apa yang akan Anda gunakan untuk font tersebut dan atribut spesifik apa yang menjadikan jenis huruf tersebut pilihan yang tepat. Ingatlah untuk menulis ini sebagai seorang ahli menggunakan istilah desain dan tipografi.

Contoh: Jenis huruf Luminari adalah gaya skrip yang ideal untuk membuat judul buku atau film yang berlatar Abad Pertengahan. Struktur kaligrafinya menyerupai goresan yang dibuat dengan pena bulu pada periode waktu tersebut untuk membentuk karakter dalam



huruf hitam.

1. Bank Gothic
2. Commercial Script
3. Caslon
4. Clarendon
5. Duc De Berry
6. Gill Sans
7. Helvetica
8. Onyx
9. Rosewood
10. Zapfino



BAB 7

DESAIN LOGO DENGAN TUJUAN

7.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada akhir bab ini, pembelajar akan mampu membuat logo restoran orisinal untuk portofolio mereka. Mereka akan mampu menjelaskan tujuan merek perusahaan. Pembaca akan mampu menguraikan 5 desainer logo berpengaruh.

Terminologi Profesional

Iklan:	Pesan berbayar yang mempromosikan produk, layanan, atau acara.
Merek:	Sistem identifikasi visual yang membedakan perusahaan, aplikasi, atau bisnis.
Logo Kombinasi:	Tanda yang dirancang yang terdiri dari teks dengan gambar yang membedakan suatu entitas dari pesaingnya.
Surat Langsung:	Kartu pos dan brosur yang dikirim secara manual oleh layanan pos kepada calon pelanggan.
Grafis:	Elemen visual yang dirancang.
Ikon:	Elemen grafis abstrak atau literal yang digunakan untuk mewakili suatu objek atau tindakan.
Mudah Dibaca:	Komunikasi yang mudah dikenali.
Kop Surat:	Alat tulis yang dirancang dengan logo perusahaan dan informasi kontak.
Ligatur:	Dua huruf atau lebih dalam satu keluarga font yang tampak bergabung saat diatur.
Logo:	Grafik yang dirancang unik untuk mewakili suatu entitas yang menetapkan merek.
Logomark:	Simbol grafis atau representasi ikon dari suatu produk, layanan, atau fungsi yang tidak mengandung kata-kata.
Manipulasi:	Perubahan yang disengaja dan terampil pada elemen grafis.
Monogram:	Menggabungkan karakter alfabet menjadi elemen grafis.
Mood Board:	Kumpulan materi referensi seperti gambar dan tekstur untuk dimasukkan dalam desain guna mencapai suatu tujuan.
Stylisasi:	Mendesain tampilan suatu elemen agar khas dan mewakili subjeknya.
Wordmark:	Jenis huruf yang dirancang secara grafis untuk mewakili perusahaan, aplikasi, produk, layanan, atau fungsi.



Gambar 7.1 Seorang Desainer Logo Yang Brilian Harus Dihargai.

Rincian Ai: Tiga gambar AI Firefly: Prompt #1 adalah simbol \$ yang ganas terukir pada peti harta karun emas terbuka, gambar buku fantasi; Prompt #2 simbol \$ yang ganas terukir pada peti harta karun emas; dan Prompt #3 huruf l o g o dalam 3D. Di Adobe Photoshop: Membuat bleed latar belakang di sisi-sisi dengan pengisian kontekstual; menggabungkan dan mengedit ulang 3 gambar secara digital menggunakan masker, kuas penyembuhan titik, dan filter high pass.

Sebuah perusahaan mengukur keberhasilannya berdasarkan jumlah pelanggan atau pangsa pasarnya. Pelanggan sama dengan keuntungan. Keuntungan berarti perusahaan tetap beroperasi. Sebuah perusahaan juga berhasil dengan membuktikan bahwa mereka menjalankan bisnis yang dipilihnya lebih baik daripada bisnis lain yang sejenis. Logo adalah bagian dari persamaan itu. Jika logo lebih khas daripada logo bisnis pesaing, maka logo tersebut akan menonjol di benak pelanggan.



Gambar 7.2 Contoh Perusahaan Besar Yang Menggunakan Helvetica Untuk Logo Mereka.

Logo tipografi yang paling khas berisi jenis huruf yang telah dimodifikasi, dimanipulasi, atau dibuat dengan tangan. Modifikasi dan manipulasi ini dapat mencakup ligatur yang menarik atau tidak biasa, huruf yang saling terkait atau tumpang tindih, huruf dengan bagian yang ditambahkan atau dihilangkan, huruf yang dibuat secara manual, penggantian huruf dengan angka atau bentuk, jenis huruf yang dibalik atau diputar, huruf yang dibuat dari objek lain, atau huruf yang menciptakan objek lain. Kata tersebut juga dapat menggunakan

kombinasi huruf besar dan kecil, menggabungkan dua jenis huruf yang berbeda atau menggabungkan dua gaya yang berbeda seperti roman dan oblique. Jika jenis huruf dalam logo dibuat, maka logo tersebut menjadi lebih eksklusif bagi perusahaan.

Seorang desainer logo profesional perlu mengingat tujuan, konsep, dan teori berikut untuk menghasilkan desain yang sukses. Di atas segalanya, logo harus mudah diingat dan terbaca dalam semua ukuran dan penggunaan.

7.2 HAL-HAL PENTING DALAM DESAIN LOGO

Tipografi logo bersifat fungsional karena desainnya harus mudah dibaca pada semua ukuran. Dengan mengingat tujuan ini, peluang untuk mengembangkan kekuatan emosional pada sebuah kata, dengan meningkatkan garis dan kurva secara artistik, tidak terbatas. Tipografi juga bisa menjadi bentuk seni—atau dengan kata lain, ini adalah media fungsional untuk ekspresi artistik. Gaya huruf harus dipilih agar unik dan menciptakan perasaan pada pemirsa. Kategori font yang paling banyak digunakan dalam logo modern adalah Sans Serif yang meliputi Futura, Proxima Nova, Helvetica, dan Frutiger.¹

Namun, sebagian besar perusahaan menginginkan font khusus yang membuat merek mereka unik. Mereka menyewa desainer logo untuk membuat jenis huruf yang mudah diingat yang tidak dapat ditiru oleh pesaing dan dapat didaftarkan sebagai merek dagang. Contoh jenis huruf khusus untuk logo adalah Netflix, Chevrolet, Starbucks, McDonald's, dan CNN.



Gambar 7.3 Contoh Perusahaan Besar Yang Menggunakan Futura Untuk Logo Mereka.

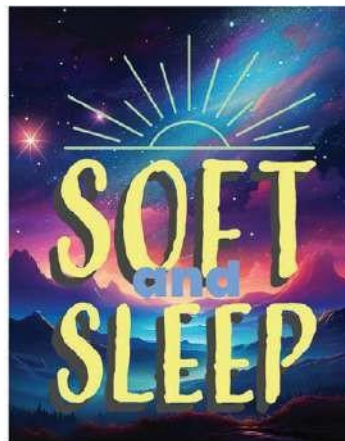
Logo perusahaan dapat menjadi contoh bagus tentang apa yang dapat dibuat berdasarkan struktur manipulasi jenis huruf. Seniman dan pengiklan berusaha keras untuk memastikan bahwa gaya huruf yang digunakan dalam format standar logo perusahaan besar benar-benar tepat. Ukuran, garis, dan warna dirancang dengan sangat hati-hati untuk menyampaikan perasaan tertentu, dan mengaitkan berbagai emosi halus dengan nama merek. Pikirkan beberapa logo terkenal seperti Coca-Cola atau Dodge. Akan mustahil untuk mengaitkan font yang berbeda dengan perusahaan-perusahaan tersebut.

7.3 TUJUAN MEREK PERUSAHAAN

Logo perusahaan adalah perwakilan merek yang menggabungkan gambar yang memengaruhi orang dan mengembangkan asosiasi. Jika Anda memikirkan merek-merek besar seperti Coca-Cola, Nike, atau McDonald's, satu hal yang langsung terlintas di benak Anda adalah logo. Rata-rata, konsumen akan melihat logo 5 hingga 7 kali sebelum mereka mengingat merek tersebut.²

Logo yang dirancang dengan baik mudah diingat oleh pelanggan, yang membantu konsumen memilih satu produk dari produk lain karena adanya koneksi emosional dengan merek perusahaan. Logo menggambarkan merek dan merupakan citra perusahaan karena cenderung tetap berada di benak konsumen. Logo yang baik tidak pernah membiarkan konsumen mengabaikan merek mereka. Ketika diberi pilihan, pembeli cenderung memilih merek yang tampak menarik secara visual. Hal ini menuntut adanya desainer grafis yang dapat menciptakan identitas perusahaan melalui warna, struktur font, dan skala. 75% konsumen menilai kredibilitas merek berdasarkan desain logonya.³

Reaksi terburuk adalah jika desain tersebut diabaikan dan dilupakan. Respons terbaik adalah jika individu membentuk opini tentang merek berdasarkan font, struktur, tekstur, dan warna logo. Memahami bagaimana pilihan jenis huruf, warna, dan skala menciptakan kesan sangat penting bagi desainer grafis. Tidak ada perusahaan yang menginginkan merek yang mudah dilupakan atau dianggap sepenuhnya berlawanan dengan produk atau layanan perusahaan. Contohnya, jika logo perusahaan bantal berbentuk runcing dan tajam, hal itu dapat membuat pelanggan berpikir bahwa bantal tersebut tidak lembut.



Gambar 7.4 Desain Logo Buruk: Tipografi Kasar Dan Visual Yang Bertabrakan.

Rincian Ai: Desain logo menggunakan Adobe Express. Petunjuk untuk latar belakang adalah "langit malam cerah dengan bintang" dan petunjuk untuk tipografi adalah "teks Lembut dan Tidur dalam jenis huruf yang nyaman."

7.4 MASALAH LOGO YANG DIBUAT OLEH PARA DESAINER AMATIR

Desainer amatir bertanggung jawab atas sebagian besar logo yang dirancang buruk yang digunakan dalam pemasaran. Hampir setiap pengguna komputer berpikir mereka dapat



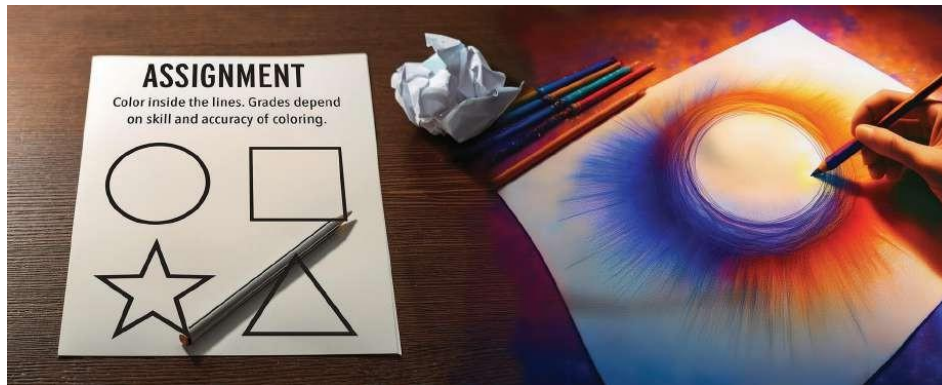
membuat logo menggunakan jenis huruf yang disediakan dan menemukan gambar stok untuk ikonnya. Dengan aplikasi kecerdasan buatan, mereka dapat menata dan menulis kontennya. Mereka mungkin tidak memiliki pelatihan atau pendidikan formal, tetapi entah bagaimana mereka merasa diri mereka adalah desainer. Mereka tidak tahu perbedaan antara logo aplikasi dan logo perusahaan.

Banyak juru ketik komputer membuat logo perusahaan yang dilihat oleh desainer sejati dan mereka tertawa geli melihat kreasi yang canggung tersebut. Sayangnya, banyak pemilik bisnis menginginkan hasil yang hemat biaya dan tidak mampu melihat betapa buruknya desain logo atau proyek tersebut. Mereka bahkan mungkin mendesain logo perusahaan sendiri atau meminta teman atau kerabat untuk mengembangkan logo tersebut sebagai bentuk bantuan. Mereka mungkin menyalin sesuatu yang mereka sukai di internet. Biaya keseluruhan untuk menempatkan logo pada semua materi cetak, komunikasi pemasaran, internet, dan iklan televisi sangat mahal.

Membangun merek adalah fokus dari semua pemasaran pada tahap awal perusahaan ini. Jika sebuah perusahaan rintisan tetap beroperasi melewati batas waktu tujuh tahun, maka perusahaan tersebut dianggap sukses. Jumlah uang yang dihabiskan untuk mengembangkan merek perusahaan sangat minim dibandingkan dengan biaya mengganti logo dengan logo yang tidak generik atau sederhana. Rata-rata logo profesional tidak didesain ulang selama 10 tahun.

Logo rumit yang dibuat secara profesional seringkali kurang efektif untuk pemasaran dan branding. Logo tersebut dibuat di layar monitor besar di mana setiap detail diamati meskipun logo tersebut digunakan di area kecil dalam pemasaran. Karakteristik dan elemen logo menyatu. Seniman grafis ingin solusi desain mereka diingat oleh konsumen. Salah satu akronim terkenal yang dipinjam dan sedikit dimodifikasi dari Angkatan Laut AS adalah mengikuti prinsip yang dikenal sebagai K.I.S.S., Keep It Simple and Straightforward (Jaga agar tetap sederhana dan lugas).

Aset logo harus disertai dengan panduan gaya branding. Logo disajikan dalam beberapa versi dalam panduan ini, yang masing-masing menunjukkan sedikit variasi dalam konstruksi berdasarkan tujuan penggunaan. Penempatan, penekanan warna, batas ruang, dan dimensi penggunaan akan dijelaskan secara tepat dalam panduan gaya merek dagang yang komprehensif. Nike, Starbucks, dan Quaker membutuhkan waktu puluhan tahun pengulangan dalam pemasaran untuk membuat ikon mereka langsung dikenali sebagai perusahaan tanpa logo. Logo swoosh, putri duyung, dan Quaker tidak menjadi ikon dalam semalam. Banyak desainer membuat kesalahan dengan menciptakan tanda bergambar sebagai identitas merek, seperti All About Cha, di mana mereka berasumsi semua calon pelanggan akan mengenal merek dan produk tersebut.



Gambar 7.5 Desainer Grafis Harus Berkreasi Di Luar Zona Nyaman Mereka.

7.5 MELANGGAR ATURAN DESAIN LOGO

Orang-orang kreatif tidak menyukai aturan dan mempertanyakan penggunaannya. Tetapi seniman grafis perlu mempelajari aturan sebelum mereka dapat melanggarnya. Jika tidak, desainnya bisa jadi tidak diinginkan daripada efektif. Tipografi adalah komponen utama desain. Untuk memberikan karya yang menginspirasi kepada klien, seorang desainer harus memahami perbedaan dalam memilih jenis huruf agar menyenangkan atau saling melengkapi daripada jelek atau polos. Seni mencetak dan menulis telah berkembang selama berabad-abad, menghasilkan pembentukan aturan dan pedoman praktis. Peraturan ini mungkin tampak membatasi, tetapi perkembangannya berasal dari pembenaran yang masuk akal dan pragmatis yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelanggan.

Pelajari teori dan pedoman terlebih dahulu. Kemudian desainer dapat mengubahnya dengan cara mereka sendiri untuk menambah dampak pada desain logo. Tujuannya adalah untuk menghasilkan solusi berkualitas yang mudah dibaca oleh pembaca.

7.6 BAGIAN-BAGIAN DASAR DARI SEBUAH LOGO

Apa yang kita anggap sebagai logo saat ini berawal dari Yunani dan Romawi kuno. Logo awal adalah monogram yang mewakili penguasa atau kota dan ditemukan pada koin. Monogram terus digunakan sebagai logo sepanjang Abad Pertengahan untuk pedagang, pengrajin, dan bangsawan. Pada abad kesembilan belas, hampir setiap bisnis komersial memiliki logo. Revolusi Industri menyebabkan ledakan dalam periklanan dan logo dengan cepat menjadi bagian integral dari bisnis. Beberapa logo modern yang kita anggap mudah dikenali masih digunakan dengan beberapa modifikasi. Logo tulisan Coca-Cola dirancang pada tahun 1887. Logo Prudential, Rock of Gibraltar, awalnya dirancang pada tahun 1896. Logo anjing RCA yang sedang mendengarkan fonograf dirancang pada akhir tahun 1800-an.

Banyak logo yang hampir tidak berubah sejak diperkenalkan. Logo Audi dengan empat cincin berasal dari tahun 1932 ketika empat perusahaan otomotif bergabung, dan kombinasi huruf VW Volkswagen dirancang pada tahun 1939. Jika desain logo menyampaikan merek dengan cara yang mudah dikenali, logo tersebut dapat diperbarui tetapi dasar-dasarnya biasanya tetap sama. Terkadang logo diperbarui, dan konsumen mungkin tidak mengenalinya. Misalnya, logo Arby's dianggap ketinggalan zaman dan tidak menarik pelanggan. Font diperbarui, dan topi koboi ikonik dihapus. Penjualan menurun drastis sehingga versi topi yang

distilisasi dimasukkan untuk menghentikan penurunan penjualan. Contoh simbol ikonik termasuk Putri Duyung di Starbucks, senyum di Amazon, dan Lengkungan Emas McDonald's. Sebaliknya, logotype mengacu pada susunan huruf individual atau kata tertentu yang telah dirancang secara sengaja dengan cara tertentu.

Logotype, yang sering dikenal sebagai wordmark, adalah jenis logo yang hanya menampilkan nama merek. Merek yang ingin membangun pengakuan nama yang kuat dapat memilih untuk menggunakan logotype sebagai pilihan utama mereka. Logotype tidak hanya menawarkan kapasitas lebih untuk mengkomunikasikan informasi tentang perusahaan, tetapi juga dapat menyertakan slogan dalam desainnya. Logomark seperti "Coke" dan tag line "It's the Real Thing" adalah simbol visual yang memungkinkan pasar sasaran untuk dengan mudah mengidentifikasi dan terhubung dengan perusahaan tertentu. Slogan Nike "Just Do It," Apple "Think Different," dan BMW "The Ultimate Driving Machine" adalah contoh perusahaan yang memasarkan logo mereka dengan slogan-slogan menarik. Para desainer seharusnya mudah mengingat slogan-slogan untuk Disneyland, MasterCard, dan L'Oréal.

Logo umumnya terdiri dari dua elemen utama, yaitu nama dan merek; namun, logo juga dapat hanya terdiri dari nama atau hanya merek. Untuk nama, tipografi menjadi komponen kunci dalam memastikan logo mengkomunikasikan pesannya dengan jelas. Gaya huruf harus khas, mudah diingat, serbaguna, dan sesuai untuk target audiens; yang terpenting, harus mampu bertahan lama.



Gambar 7.6 Desainer Grafis: Neal Hettinger

Logo ProTech menggunakan gaya huruf dan ikon yang khas. Klien membutuhkan jenis huruf yang kuat berdasarkan font sans serif tebal dengan struktur yang disesuaikan dengan lebar, ketebalan batang, dan penambahan serif pada palang, ujung, dll. Menggunakan gradasi hijau rumput hingga hijau subur pada setiap huruf.

Rincian: Logo ProTech dengan jenis huruf sans serif blok tebal yang dipahat untuk memiliki struktur: Detail #1 menunjukkan penambahan serif dan inline ke dalam sans serif P; Detail #2 menunjukkan penambahan serif pada garis dasar semua karakter; Detail #3



menggambarkan serif non-tradisional untuk palang pada huruf T; Detail #4 menampilkan serif non-tradisional untuk C; dan Detail #5 menunjukkan gradasi hijau pada setiap karakter.

Meskipun sebuah tanda akan menciptakan asosiasi visual lebih cepat daripada tipografi, representasi kata melalui tipografi-lah yang diucapkan dan dirujuk dalam percakapan. Jika logo terlihat amatir, maka audiens akan menganggap perusahaan tersebut tidak profesional dan tidak dapat diandalkan. Jika logo terlihat profesional, maka audiens akan memperlakukan perusahaan tersebut seperti itu. Bentuk logo yang paling sering digunakan adalah persegi atau persegi panjang horizontal.²

Warna dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah logo, mungkin itulah sebabnya warna-warna tertentu dipilih karena dianggap sebagai pilihan yang aman. Biru adalah warna yang disukai banyak orang dan sangat sedikit yang tidak menyukainya. Tidak mengherankan, dalam merek-merek yang disurvei, sedikit lebih dari sepertiga logo perusahaan menggunakan warna biru⁴. Warna yang paling banyak digunakan kedua adalah hitam⁴. Merah adalah warna yang paling banyak digunakan ketiga, diikuti oleh kuning dan emas. Cokelat bukanlah pilihan populer untuk logo, tetapi hal itu memungkinkan branding UPS untuk menonjol. Pada awal tahun 1900-an, cokelat dipilih untuk menyembunyikan kotoran pada truk ketika kendaraan berwarna hitam.

Bagian terpenting dari sebuah logo adalah: logo tersebut harus memenuhi tujuan bisnis—yaitu, menciptakan citra merek yang mudah diingat.



Gambar 7.7 Ilustrasi Adobe Stock: Ide Hasil Riset.

Inspirasi dari berbagai sumber

Saat siswa belajar tentang desain grafis, mereka harus terus-menerus melihat dan mengamati semua jenis desain di sekitar mereka, mulai dari label di bagian bawah kursi hingga stiker kendaraan yang mereka lihat di lalu lintas. Telusuri surat sampah dan buat folder perpustakaan berisi contoh-contoh desain surat langsung yang bagus. Ketika papan reklame atau rambu-rambu didesain dengan baik, siswa harus mengambil gambarnya dan menyimpannya di komputer untuk ide-ide selanjutnya. Seringkali, untuk membuka bagian kreatif pikiran dan fokus pada pengembangan solusi, menelusuri perpustakaan ide akan mempermudah tugas tersebut.

Papan suasana hati (mood board) adalah metode yang banyak digunakan untuk pengembangan ide, pemilihan font, pembuatan palet warna, dan inspirasi ikon grafis. Papan

suasana hati, baik fisik maupun digital, adalah komposisi visual yang merangkum gaya desain akhir dengan mengatur gambar, material, teks, dan elemen lainnya. Desainer mendapatkan inspirasi dari internet, termasuk Pinterest dan Google. Pada tahap riset, konsep-konsep tersebut disempurnakan untuk mencerminkan tren kontemporer. Tentukan setidaknya tiga skema warna dan tetapkan suasana yang ingin Anda timbulkan pada masing-masing skema sebelum memulai proses desain. Temukan logo yang berbeda dari logo pesaing—bukan untuk tujuan menduplikasi, tetapi lebih untuk tujuan sebagai inspirasi. Manipulasi atau tekstur font dapat menarik bagi desainer grafis.



Gambar 7.8 Logo Monogram: Ligatur FF Via Adobe Indesign.

Menelusuri keluarga font yang memiliki karakter khusus termasuk ligatur, simbol, ikon, dan tanda baca adalah salah satu cara untuk mendapatkan inspirasi. Ligatur adalah ketika dua huruf digabungkan dan dapat digunakan dalam logo monogram.

Times New Roman dirancang pada tahun 1932 untuk surat kabar London Times sebagai font yang ringkas untuk menghemat biaya tinta dan kertas. Selain alfabet, Times New Roman memiliki beberapa ligatur dan karakter khusus.

7.7 PERJALANAN DESAIN LOGO PADA ADOBE

Mendapatkan brief mendalam dari klien adalah tanggung jawab desainer grafis. Jangan meminta klien untuk hal-hal spesifik seperti jenis huruf atau warna apa yang ingin mereka masukkan ke dalam desain karena waktu akan terbuang untuk mengembangkan elemen-elemen ini yang mungkin tidak berhasil. Klien bukanlah ahlinya.



Gambar 7.9 Redesain Logo Toko Lampu Oleh Neal Hettinger.

Namun, penting untuk menanyakan tentang pesan yang ingin disampaikan perusahaan

melalui desain, target pasar, dan persaingan. Selain itu, tanyakan tentang efektivitas dan ketidakcukupan desain logo pesaing. Jika itu adalah desain ulang, tanyakan tentang alasan di balik keputusan tersebut dan sejauh mana mereka menginginkan desain yang berbeda.

Mulailah dengan riset. Desainer yang memulai pekerjaan mereka di komputer dan menghasilkan sebuah konsep jarang menghasilkan lima ide berbeda. Inspirasi dapat terjadi secara tiba-tiba dan spontan. Disarankan untuk menyediakan kertas kosong yang mudah diakses untuk membuat sketsa disertai catatan deskriptif, pilihan font, dan palet warna. Tetapkan kebutuhan untuk memasukkan ikon bersamaan dengan pilihan jenis huruf untuk logo.

Skalakan logo agar sesuai dengan proporsi kartu nama, kop surat, dan header situs web, dengan mempertimbangkan ukurannya seperti yang ditampilkan di layar komputer. Jika memungkinkan, cetaklah.



Gambar 7.10 Rebranding Restoran: Dari Sketsa Ke Rendering Akhir Oleh Neal Hettinger.

Rincian: Contoh pengembangan logo untuk BBQ mencakup thumbnail yang digambar tangan, tata letak komputer hitam putih yang mengarah ke komposisi akhir berwarna yang dibuat di Adobe Illustrator.

Buat tata letak kasar kecil tetapi jangan berhenti pada ide pertama yang muncul—biasanya itu bukan yang terbaik. Jelajahi ide-ide—itu suatu keharusan. Jika memungkinkan, sisihkan ide-ide tersebut dan kembali ke tahap konsepsi setelah beberapa jam atau hari untuk melihatnya dengan pikiran jernih. Presentasi harus menunjukkan eksplorasi yang menyeluruh. Menyajikan sejumlah pilihan yang terbatas akan menyebabkan rasa keterbatasan pada pilihan yang tersedia bagi klien. Biasanya, semuanya akan ditolak, sehingga desainer harus memulai dari awal. Presentasi tiga hingga tujuh pilihan akan lebih sukses. Namun, dihadapkan dengan banyak alternatif, klien mungkin merasa sulit untuk mengambil keputusan. Ini bukan situasi negatif. Berdasarkan tanggapan mereka selama presentasi, arahkan mereka ke dua opsi yang tersedia. Selanjutnya, instruksikan klien untuk memajang hasil cetakan di tempat kerja mereka dan mengidentifikasi desain logo yang paling populer.

Setelah disetujui, buat desain akhir dalam berbagai ukuran untuk memastikan keterbacaan. Mungkin perlu memperbesar font kecil atau menghapus ikon. Kirimkan file dalam berbagai format dan untuk berbagai penggunaan, seperti cetak, internet, dan stiker kendaraan. Saat mengajukan proposal pengembangan logo, penting untuk menyatakan secara

tepat jumlah perubahan yang dimasukkan dalam proposal. Jika tidak, klien akan terus mengerjakan ulang ide-ide tersebut hingga mereka bosan dengan prosesnya. Klien akan lupa betapa mereka menyukai solusi aslinya. Pembatasan perubahan menguntungkan desainer grafis dalam dua hal: Pelanggan memahami bahwa perubahan desain yang berkelanjutan akan lebih mahal, dan hal itu mencegah kelelahan pengambilan keputusan.

7.8 ALASAN UNTUK MENYEWAKAN PROFESIONAL

Untuk manfaat keseluruhan dan pemasaran perusahaan, mengabaikan penggunaan profesional dalam desain logo tidaklah masuk akal. Anggaran pengembangan logo tidak perlu menjadi pengeluaran yang besar. 67% usaha kecil bersedia membayar lebih dari Rp.5.000.000 untuk sebuah logo, sementara hanya 15% usaha kecil yang bersedia membayar lebih dari Rp.10.000.000 untuk sebuah logo.²

Mempekerjakan desainer logo perusahaan profesional akan membantu pemasar menghindari masalah dalam proyek-proyek mendatang, dan menguntungkan mereka. Lima keuntungan utama dari desain profesional: logo akan terlihat profesional; eksklusif dan mudah diingat; file logo untuk semua penggunaan harus disediakan; logo perusahaan akan bertahan lebih lama; dan menghemat waktu penggantian ketika para eksekutif menyadari perusahaan mereka sedang mengalami penurunan karena branding yang buruk.

Harvard Business Review menganalisis 597 logo perusahaan dan menyimpulkan bahwa "Logo yang dirancang dengan baik dapat menawarkan manfaat substansial bagi merek."⁵ Proyek desain logo perusahaan harus dimulai dengan strategi kreatif yang mencakup gambaran umum bagi desainer tentang target pasar yang terkait dengan perusahaan. Gambaran umum adalah deskripsi singkat proyek yang membantu menjaga fokus semua orang. Desainer kreatif pemula sering melewati bagian proses ini dan menyajikan solusi kepada klien yang tidak relevan dengan perusahaan mereka. Tim kreatif dapat menggunakan daftar kata sifat yang ringkas yang akan diterapkan pada logo untuk memastikan bahwa solusi akhir memiliki pendekatan yang tepat.

Case Study 7A [UFC® Logo]



Gambar 7.11 Seniman Grafis: Neal Hettinger

Proyek:	Merevisi desain logo untuk penempatan pada sarung tangan dan pemasaran.
Gambaran Umum:	Ultimate Fighting Championship® ingin memasarkan perlengkapan latihan profesional mereka sendiri. Merek tersebut harus mudah dikenali tetapi tidak membingungkan dengan pertarungan dan acara mereka di televisi.
Estetika Target Pasar:	kompetisi pertarungan terberat, peningkatan, kekuatan, energik, berpengalaman.
Solusi:	Logo dua warna, putih dan perak, dirancang dengan garis tebal ke tipis yang terputus untuk meniru gerakan yang mirip dengan pukulan. Dengan memotong teks, sapuan ini menciptakan energi dan gerakan.



Gambar 7.12 Seniman Grafis: Neal Hettinger | Direktur Seni: Nigel Sherry

Gambaran Umum:	Divisi video Paramount Pictures memperkenalkan berbagai genre dan membutuhkan logo untuk lini film horor, fantasi, dan fiksi ilmiah beranggaran rendah mereka.
Estetika Target Pasar:	Film kelas B, norak, nuansa komik, horor, ketakutan
Solusi:	Mudah dibaca dan tanpa variasi warna pada semua latar belakang, menggunakan bulan biru untuk melambangkan sihir dan motif menakutkan, font serif tajam, font sans serif pelengkap.

Case Study 7C [Sovereign Storm Solutions]



Gambar 7.13 Desainer Grafis: Neal Hettinger

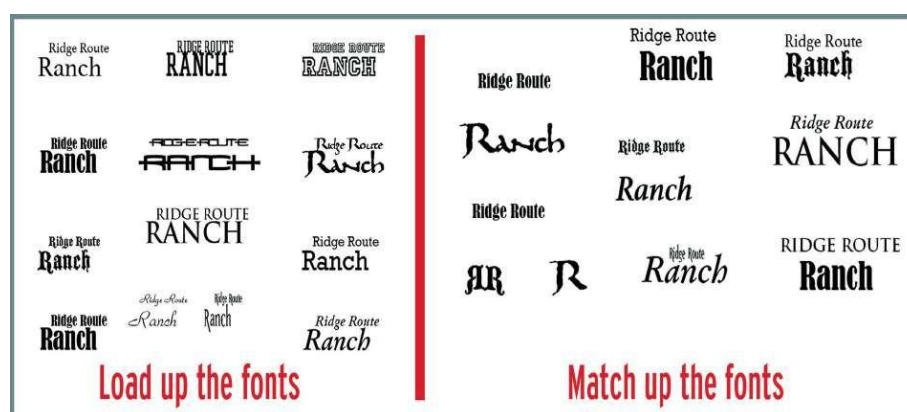


Gambaran Umum:	Sebuah perusahaan atap komersial memperluas pasar mereka untuk mencakup berbagai layanan kontraktor dan membutuhkan revisi merek secara menyeluruh.
Estetika Target Pasar:	restorasi, terbaik, kualitas, umur panjang, layanan
Solusi:	Terinspirasi oleh elemen atap dan menciptakan "mahkota" rangka atap. Menggunakan font klasik yang bergaya dan sans serif modern yang ringkas dan saling melengkapi, dengan tanda kurung yang disarankan oleh klien untuk ditambahkan sebagai fondasi.



Langkah Desain:	Membuat sejumlah konsep di Illustrator untuk perusahaan atap yang sadar akan gaya dan menginginkan logo yang menyampaikan kesan elit sebagai perusahaan atap. Desain akhir terdiri dari warna dan tipografi khusus yang mengingatkan pada ikonografi kerajaan Abad Pertengahan. Mahkota disusun dengan huruf W untuk inisial nama belakang pemilik.
-----------------	---

Case Study 7D [Ridge Route Ranch]



Gambar 7.15

Gambaran Umum:	Perusahaan yang membuka "Petrnakan Dude" dengan fasilitas modern di dekat Los Angeles membutuhkan identitas merek. Petrernakan ini menawarkan pengalaman perpaduan antara gaya Barat lama dan Barat baru, termasuk perjalanan berkuda, kebun
----------------	--



		binatang mini dengan ternak seperti bison dan banteng bertanduk panjang.
Estetika Pasar:	Target	berbeda, santai, nyaman, berkesan, penuh warna

Greyscale Iterations



Color Iterations



Texture Iterations



Gambar 7.16

Solusi: Nuansa gaya Barat California kuno pada monogram yang dipoles pada lensa sheriff. Warna menyerupai pantulan matahari terbenam pada logam bertekstur yang telah dipoles.



Gambar 7.17 Seniman Grafis: Neal Hettinger

Case Study 7E [Gateway Logo]

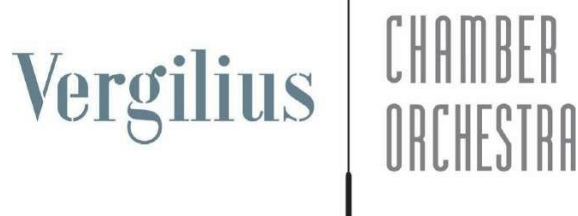
Gambaran Umum:	Perusahaan konstruksi berusia 25 tahun yang dikenal karena membangun kembali struktur lama menjadi kantor modern dan berkelas membutuhkan desain yang diperbarui agar menarik bagi arsitek muda.
Estetika Target Pasar:	baru, tajam, inspiratif, berpengalaman, penuh semangat



Gambar 7.18 Desainer Grafis: Neal Hettinger

Solusi:	Logo lama berwarna abu-abu memiliki kolom-kolom lama jika dilihat dari atas. Bentuk persegi bangunan dengan kolom-kolom bergaya untuk melambangkan ledakan ide. Menggunakan palet warna muda dengan font serif modern yang khas. Jarak antar huruf untuk mendukung struktur logo.
---------	---

Case Study 7F [Vergilius Logo]



Gambar 7.19 Desainer Grafis: Neal Hettinger

Gambaran Umum:	Sebuah perusahaan musik kamar rintisan menginginkan logo yang sederhana namun modern. Estetika Target Pasar: biola, konduktor, menawan, acara, menghibur
Solusi:	Menggunakan tongkat konduktor untuk menggantikan spasi “ ” yang populer dalam desain, huruf serif gaya lama untuk kontras dengan huruf sans serif yang padat. Nilai skala abu-abu dengan warna biru hangat untuk memfokuskan perhatian pemirsa.

Case Study 7G [Native Blend Coffee Logo]



Gambar 7.20

Gambaran Umum:	Perusahaan AS yang mengimpor kopi dari Brasil menginginkan desain yang menonjol untuk lini produk baru mereka.
Estetika Target Pasar:	alami, hutan, khas, tidak murahan, peduli
Solusi:	Sebagai ikon, kami menciptakan kembali burung beo Amazon berbulu kuning yang difoto klien di salah satu perkebunan kopi. Burung beo yang diilustrasikan ditempatkan di depan matahari kuning hangat dengan font yang mengalir seperti kayu yang diwarnai. Logo dibuat dengan Adobe Illustrator.

7.9 DESAINER LOGO BERPENGARUH

Mahasiswa desain harus mempelajari para ahli dalam menciptakan identitas perusahaan dengan font yang tepat, warna yang relevan, dan dampak skala. Beberapa desainer logo berikut berfokus pada tipografi sementara yang lain pada kombinasi tipografi yang dipadukan dengan ikon. Teliti dan temukan bagaimana para seniman grafis inovatif ini telah menyesuaikan dan memperbarui pendekatan mereka untuk menciptakan desain kontemporer.

Paul Rand

Paul Rand, yang mengembangkan beberapa logo ikonik seperti IBM, American Express, Ancient Age, Enron, Morningstar, dan UPS memiliki banyak karya. Ia memiliki banyak kutipan, tetapi satu yang hampir setiap desainer hebat harus ketahui: "Sebagian besar klien adalah klien yang baik. Orang-orang di antara merekalah yang memberi Anda masalah: para eksekutif akun, orang-orang pemasaran. Mereka menghancurkan karya orang lain: 'ini seharusnya lebih besar, ini seharusnya di sini, seharusnya ada matahari di sini dengan harga.'"

Ruth Kedar

Ibu Kedar berasal dari Brasil yang memberinya sudut pandang berbeda pada desain logonya. Kemampuan kreatifnya sebagai desainer dan seniman multidisiplin dimulai dengan filosofinya, "Proses selalu dimulai dengan rasa ingin tahu." Ia terus belajar dan berkembang ke berbagai gaya yang selalu menjadi sumber desain yang tak terduga.

Lindon Leader

Dikenal dengan logo FedEx dan FDX dengan panah yang terkenal, Bapak Leader mengembangkan banyak ide segar seperti merek tim lompat ski wanita AS, sistem identitas Hawaiian Airlines, strategi branding DoubleTree Hotels and Suites, dan logo Disney Land Hotel. Perhatikan nuansa tipografi, spasi, dan skema warna serta bagaimana semuanya berhubungan dengan produk. Lindon mengatakan "...satu-satunya tujuan branding adalah untuk memfasilitasi realisasi tujuan pemasaran strategis klien kami."

Walter Landor

Seorang desainer grafis Amerika kelahiran Jerman, Walter Landor mengatakan, "Produk diproduksi di pabrik, tetapi merek dibentuk dalam pikiran." Ia terkenal karena menciptakan desain yang memiliki daya tarik populer yang luas. Bapak Landor mendirikan



firma desainnya di atas kapal feri di San Francisco dan jauh sebelum orang lain, Landor menjual dirinya sendiri sebagai sebuah merek. Landor secara luas diakui sebagai desainer yang mempelopori konsep Branding. Karyanya dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara strategi bisnis dan desain. Ia percaya bahwa seorang desainer harus menciptakan program identitas komprehensif dengan grafis yang bersih dan dinamis.

Turner Duckworth

Menggunakan warna-warna kuat untuk membedakan branding-nya, Bapak Duckworth mendefinisikan desain dengan tiga elemen: kejelasan, kesederhanaan, dan emosi. Merek-merek baru harus memiliki skema warna yang efektif untuk menyesuaikan dengan subjeknya. Duckworth menyatakan, “Jika idenya didasarkan pada kebenaran, ide itu akan selalu relevan. Dapatkan ide yang tepat, dan sebuah logo dapat bertahan selamanya.” Pendekatannya adalah karya tersebut harus menghubungkan konsumen dengan emosi agar mereka bertindak.

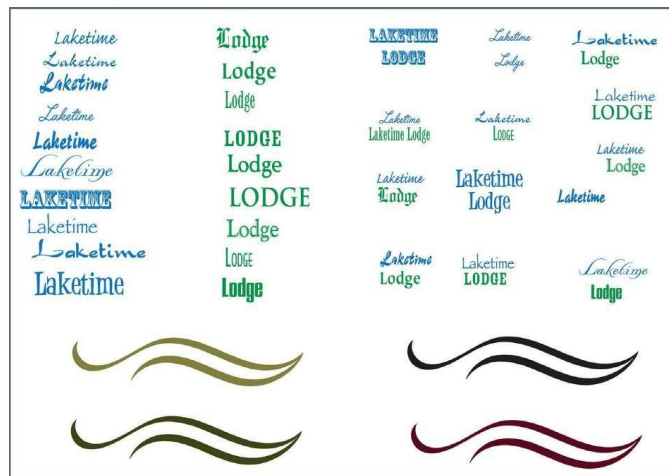
Nicole Weber

Logo Nicole Weber: www.nicoleweberdesign.com/our-work. Sebagai desainer logo yang berpengaruh, Ibu Weber tinggal di wilayah Washington, D.C. Ia tidak hanya menganggap dirinya sebagai desainer grafis, tetapi juga menggunakan bakat kreatifnya sebagai pelukis mural dan seniman. Penggunaan ruang positif dan negatif dalam desain logonya membangun identitas merek yang kuat. Prinsip Weber, “Saya percaya dalam memperluas batasan desain untuk membuat bisnis menonjol” harus diterapkan pada semua solusi logo. Jenis logonya tidak hanya meniru produk atau layanan perusahaan tetapi juga berfokus pada daya ingat.

7.10 LOGO DENGAN ELEMEN TERSEMBUNYI

Para desainer logo dapat bersenang-senang menggunakan tipografi untuk membuat simbol atau kata tersembunyi dalam desain, seperti Lindon Leader yang menyembunyikan panah di FedEx. Cari di internet lima logo ini dan temukan elemen lelucon internal yang diselipkan agar dapat dinikmati oleh desainer lain: Wendy’s; Baskin Robbins; Tour de France; Tostitos; dan Amazon. Berikut beberapa petunjuk untuk melihat apakah Anda dapat menemukan lelucon internalnya: Berapa banyak rasa yang terjual; Apa yang mereka jual; Seorang pesaing; Kata Ibu; dan Orang-orang yang sedang makan. Lihat bagian akhir bab jika Anda membutuhkan jawabannya.

Demonstration: Logo design



Gambar 7.21

Ringkasan: Klien sedang mempertimbangkan untuk menyewakan rumah liburan besar mereka melalui internet. Sebelum mempresentasikan usaha tersebut kepada investor, mereka membutuhkan logo. Rumah tersebut adalah rumah besar berlantai 3 yang cocok untuk menampung hingga 30 orang. Desain bernilai jutaan dolar ini terletak sangat dekat dengan danau besar dan mencakup fasilitas seperti jacuzzi, dek besar, panggangan luar ruangan, dua lemari es, lantai berpemanas, garasi untuk 4 mobil, dan interior yang dirancang seperti kabin kayu yang dibangun untuk seorang jutawan. Klien ingin menyampaikan nuansa santai di tepi danau, pesona zaman dulu, dan dalam mode Airbnb tetapi menjualnya sebagai tempat liburan kelas atas.

Langkah-langkah dalam desain logo ini:

1. Riset Airbnb, rumah liburan Marriott, tempat peristirahatan, tempat persembunyian liburan, dan peternakan kuda.
2. Tetapkan tujuan desain dan bagaimana mencapainya berdasarkan pesan yang harus disampaikan logo. Berdasarkan arahan klien, logo harus berkaitan dengan liburan alam pedesaan yang santai dengan perabotan mewah dan nyaman.
3. Gambar mini
4. Tata letak jenis huruf yang mungkin cocok
Contoh pengembangan logo dengan Lake Lodge dengan eksplorasi jenis huruf setelah banyak gambar mini.
5. Mulai menyusun kata-kata dan menghapus font yang tidak sesuai dengan tujuan
6. Buat palet warna dengan label warna populer berdasarkan riset dan persepsi
7. Dari font yang telah dipersempit, buat gaya huruf kata-kata
8. Juga buat beberapa sapuan kuas seperti gelombang di Illustrator.



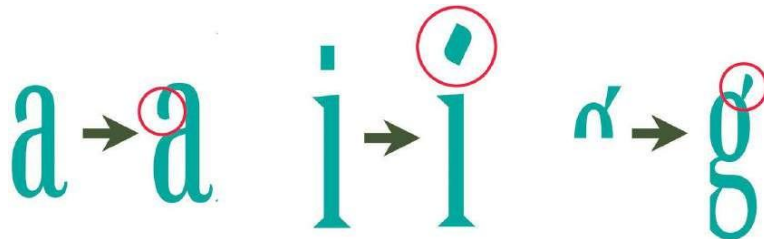
Laketime
LODGE

Laketime
LODGE

Laketime
LODGE

Gambar 7.22

9. Konsep 1: Menempatkan dua font yang kontras namun saling melengkapi bersama-sama dalam
10. Konsep 1: Menyesuaikan karakter dengan menambahkan swash untuk menghubungkan jenis huruf.
11. Konsep 1: Memperpanjang kaki huruf k menjadi descender yang terjalin dengan huruf-huruf di bawahnya.



Gambar 7.23

12. Konsep 2: Jenis yang disesuaikan agar sesuai dengan nuansa santai saat berada di Danau.

Laketime Lodge *Laketime Lodge*

Gambar 7.24

13. Perlu lebih banyak detail, jadi rumahnya ditata ulang.
14. Masih belum sepenuhnya selesai, jadi ditambahkan matahari terbenam.



Gambar 7.25

15. Hampir selesai tetapi elemen-elemen keseluruhannya tidak terhubung. Lihat konsep akhir pada Gambar 7.26 untuk melihat penyesuaian kecil namun penting pada tipografinya.
16. Secara total ada 5 konsep yang dipresentasikan. Gambar 7.26 adalah logo yang dipilih oleh dewan direksi klien.



Gambar 7.26 Seniman Grafis: Neal Hettinger

Portfolio Building Assignment — Restaurant logo design

7.11 GAMBARAN UMUM DESAIN LOGO

Rancang logo berwarna dengan ikon atau elemen grafis. Logo akan digunakan dalam kampanye pemasaran termasuk menu, papan nama, iklan, brosur, situs web, dan iklan TV. Untuk inspirasi, kumpulkan contoh logo yang dirancang dengan baik, misalnya, cari contoh di internet dan ambil tangkapan layar untuk disimpan sebagai referensi.

Klien:	Restoran Au Bonheur Grand
Target Pasar:	Pelanggan restoran mewah yang suka menghabiskan dua hingga tiga jam menikmati hidangan multi-kursus.
Dekorasi Restoran:	Tempat duduk yang luas dengan taplak meja yang menutupi kayu mahoni, kayu gelap dekoratif menghiasi ruangan dengan pencahayaan lembut.
Menu:	Ditujukan untuk selera kelas atas dengan hidangan utama seperti fillet mignon wagyu, disajikan dalam Saus Béarnaise Blender klasik dengan terrine kentang seharga \$93. Menu termasuk daging sapi, tuna sirip biru, babi Iberico, dengan salad McCarthy, kaviar, makanan penutup spesial, dan anggur serta minuman keras mahal.

Instruksi:

1. Buat sketsa 6 ide thumbnail berbeda setelah Anda melakukan riset.
2. Tunjukkan kepada orang lain untuk mendapatkan pendapat mereka, lalu sesuaikan sketsa tersebut.
3. Jangan gunakan komputer untuk membuat thumbnail.
4. Berdasarkan thumbnail Anda, pilih dua pendekatan yang sangat berbeda dan buat komposisi warna untuk masing-masing pendekatan.
5. Pertimbangkan font, warna, tata letak untuk kelompok usia target pasar, tingkat pendapatan, dan pentingnya hiburan.
6. Gunakan salah satu atau semua program Adobe Creative Suite untuk komposisi.
7. Pikirkan bagaimana Anda harus menyajikan desain Anda di halaman dan cetaklah. Rekomendasikan satu logo dalam format horizontal pada halaman ukuran letter untuk setiap komposisi.
8. Buat PDF berkualitas cetak untuk arsip Anda.



BAB 8

WARNA DENGAN NAMA LAIN

8.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pengguna akan dapat menyesuaikan palet warna untuk proyek-proyek seperti pemasaran merek, brosur acara, dan situs web. Mereka akan dapat membahas psikologi warna. Siswa akan dapat mengidentifikasi mode warna untuk penerbitan akhir.

Terminologi Profesional

Sistem aditif:	Warna yang diaplikasikan pada substrat yang memantulkan panjang gelombang.
Warna analog:	Warna-warna yang berdekatan pada roda warna yang akan menghasilkan komposisi yang harmonis.
Warna komplementer:	Warna-warna yang berlawanan pada roda warna yang menghasilkan kontras dalam desain.
Warna dingin:	Warna-warna pada roda warna yang dicampur dengan biru.
Corak:	Nama suatu warna.
Intensitas:	Kejenuhan dan kekuatan visual warna.
Monokromatik:	Menggunakan satu corak dengan berbagai nuansa dan corak dalam suatu komposisi.
Pantone (PMS):	Sistem yang mengharuskan bagian tinta yang tepat dicampur untuk mendapatkan warna.
Pigmen:	Zat yang dicampur dengan minyak, air, atau media lain untuk menghasilkan warna.
Warna primer:	Tiga corak yang tidak dapat diperoleh dengan mencampur warna lain.
Prisma:	Permukaan pembiasan yang memisahkan panjang gelombang cahaya menjadi tujuh warna.
Warna sekunder:	Corak yang tercipta karena pencampuran warna primer.
Warna gelap:	Membuat warna lebih terang, biasanya dengan menambahkan putih.
Spektrum:	Panjang gelombang warna yang berbeda yang dilihat oleh mata.
Sistem subtraktif:	Warna yang dipancarkan oleh sumber elektronik yang saling terkait panjang gelombangnya.
Warna tersier:	Corak yang tercipta dengan mencampur warna primer dan sekunder.
Warna terang:	Menambahkan putih ke suatu warna.
Triad:	Tiga warna yang berjarak sama pada roda warna.
Warna hangat:	Corak pada roda warna yang dicampur dengan merah atau kuning.

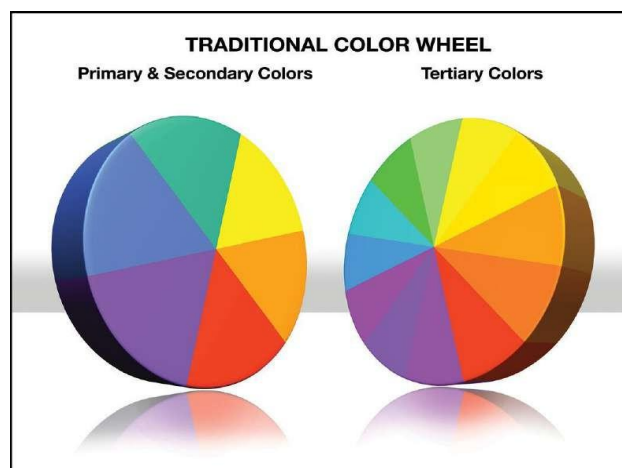


Gambar 8.1

Rincian Ai: Petunjuk Kunang-kunang: jenis huruf dalam berbagai gaya huruf dan latar belakang berwarna-warni, ilustrasi 3D, fokus ruang kosong.

8.2 WARNA DALAM DESAIN GRAFIS

Selain memilih untuk mempelajari cara menggunakan font untuk menciptakan rasa percaya diri pada barang atau jasa, desainer grafis juga mempelajari psikologi warna dan teori warna. Yang membedakan desainer grafis yang baik dari seniman komersial yang hebat adalah pemahaman tentang bagaimana dan kapan menerapkan warna pada desain untuk respons yang direncanakan.



Gambar 8.2 Roda Warna Dasar Dengan Tiga Tingkat Warna.

Rincian: Roda warna yang dibuat di Apple Numbers dan diimpor ke Photoshop untuk retouching. Roda warna pelukis tradisional dibagi menjadi tiga bagian, masing-masing berisi 12 corak warna. Tingkat warna pertama dikenal sebagai corak primer karena tidak ada warna lain yang dapat dicampur untuk menciptakannya. Hijau, oranye, dan ungu adalah warna sekunder yang merupakan kombinasi dari warna primer.

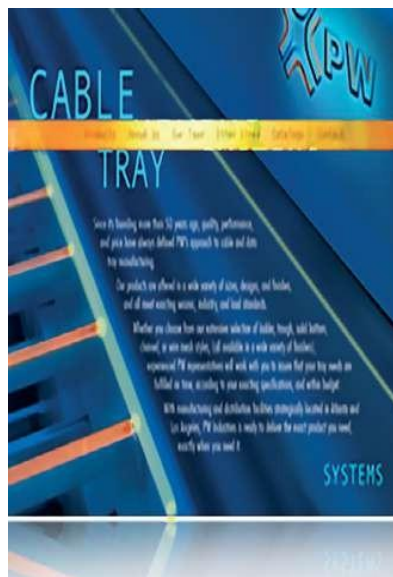
Tingkat terakhir, warna tersier, dihasilkan dengan menggabungkan jumlah yang sama dari warna sekunder dengan warna primer. Warna-warna berikut termasuk: hijau kekuningan,



oranye kekuningan, oranye kemerahan, ungu kemerahan, ungu kebiruan, dan hijau kebiruan. Ketika warna-warna ini dirujuk oleh seniman visual, warna primer ditempatkan sebelum warna sekunder.

Salah satu instrumen yang paling banyak digunakan untuk memahami warna adalah roda warna Sir Isaac Newton. Dengan memproyeksikan cahaya melalui prisma ke dinding putih, ia mengidentifikasi tujuh warna primer. Dalam salah satu publikasinya, Sir Newton menyusun corak warna pada roda sesuai urutan kemunculan spektrumnya. Meskipun seniman grafis mungkin berkonsultasi dengan spektrum untuk mengidentifikasi corak warna ini, roda warna adalah instrumen yang lebih praktis yang dapat disesuaikan untuk berbagai aplikasi. Roda warna konvensional adalah hasil dari proses penggabungan pigmen untuk menciptakan cat. Pigmen tinta digunakan dalam roda warna untuk aplikasi cetak, sementara iluminasi warna digunakan dalam roda warna untuk monitor komputer.

Violet adalah istilah yang digunakan untuk mendefinisikan kombinasi biru dan merah pada tingkat kedua roda warna. Prisma, yang berisi violet dan bukan ungu non-spektral, berfungsi sebagai dasar untuk roda warna. Namun, sebagian besar seniman berpendapat bahwa corak sekunder ini harus disebut sebagai ungu. Bagi desainer grafis, menyebut kombinasi warna biru dan merah dengan salah satu nama tersebut dapat diterima.



Gambar 8.3 Desain Monokrom Biru Dengan Aksen Oranye Oleh Neal Hettinger.

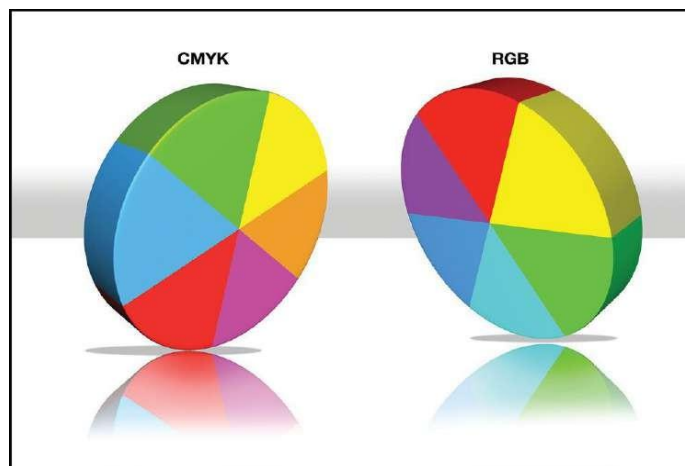
Ke-12 warna dasar pada roda warna menghasilkan tingkat intensitas tertinggi, tetapi juga memberikan pilihan yang terbatas bagi seorang seniman grafis. Untuk memperluas pilihan mereka, mereka dapat menggabungkan hitam untuk menghasilkan gradasi warna, mencampur abu-abu untuk menghasilkan nada warna, atau menggabungkan warna dengan putih untuk menghasilkan corak warna. Nilai suatu warna adalah rentangnya dari gelap ke terang. Ketika suatu warna diterapkan pada latar belakang putih, warna tersebut sering tampak lebih terang, sedangkan pada latar belakang hitam, warna tersebut cenderung tampak lebih gelap.

Roda warna memberikan desainer grafis hubungan yang berguna antara warna. Secara visual menarik dan menciptakan rasa harmoni dan koherensi, tata letak sering menggunakan warna yang berdekatan, yang dikenal sebagai warna analog. Warna yang berlawanan satu sama lain pada roda warna dikenal sebagai warna komplementer. Warna tersier akan saling berlawanan, dan warna primer akan berlawanan dengan warna sekunder.



Gambar 8.4 Mawar AI: Tanpa Perbedaan Gradasi Ungu Dan Violet.

Rincian Ai: Mawar yang dibuat dengan Adobe Firefly. Petunjuk 1: hasilkan mawar violet dengan latar taman hijau. Petunjuk 2: hasilkan mawar ungu dengan latar taman hijau. Memilih corak kontras pada roda warna menyebabkan nilai-nilai tampak lebih cerah. Saturasi suatu warna akan berkurang jika digunakan sendiri atau dikombinasikan dengan corak analog dalam sebuah desain. Untuk kontras maksimal, gunakan dua warna yang saling melengkapi; ini sangat efektif ketika satu warna berfungsi sebagai corak utama dan warna lainnya sebagai aksen. Susunan yang lebih harmonis adalah hasil dari penggunaan warna komplementer oleh seorang desainer.



Gambar 8.5 Proses Dan RGB Lingkaran Warna Menunjukkan Berbagai Hubungan.

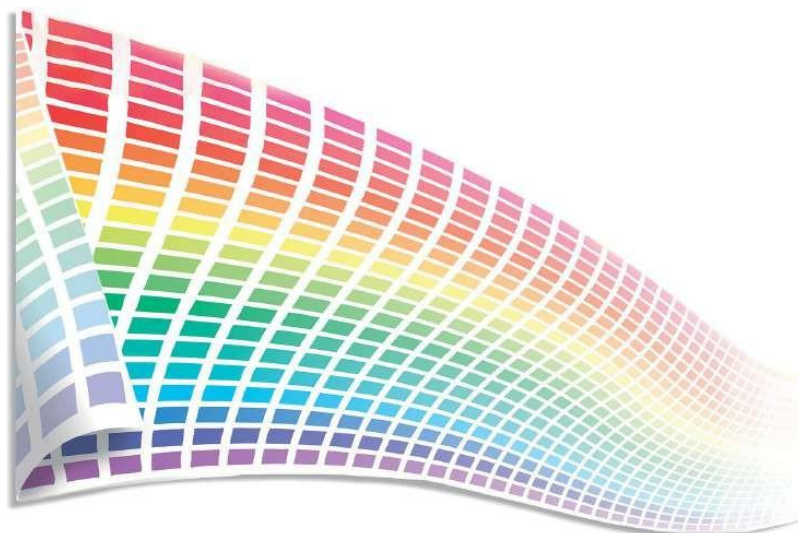


Rincian: Roda warna dibuat di Apple Numbers dan diimpor ke Photoshop untuk retouching. Palet warna monokromatik menerapkan satu corak dengan nilai dan intensitasnya yang disebabkan oleh saturasi. Skema warna triad adalah memilih tiga corak yang berjarak sama satu sama lain pada roda warna. Palet triad dapat memberikan kedalaman pada tata letak dengan area warna yang luas yang menyeimbangkan area sedang, dan warna aksen. Triad warna menggunakan corak yang terkait pada roda warna, tetapi bukan kebalikan yang tepat. Triad yang menggunakan warna sekunder dan tersier ini memiliki warna dasar yang menghubungkannya, yang mengekspresikan perasaan harmoni dan kesatuan dalam desain bagi pemirsa.

8.3 PSIKOLOGI WARNA

Banyak desainer grafis berpendapat bahwa warna bersifat subjektif dan, oleh karena itu, hasil ilmiah terlalu umum untuk digunakan saat membuat palet warna. Sebagai contoh kebingungan, warna yang lebih gelap dapat membuat seseorang merasa depresi atau dapat menciptakan kesan mewah untuk sebuah mobil.

Contoh lain adalah bagaimana seorang pekerja mungkin menganggap kotak berwarna gelap lebih berat daripada kotak yang sama dengan warna yang lebih terang. Sejumlah besar penelitian akademis telah dilakukan tentang teori warna dan respons. Kesimpulannya, tidak ada satu reaksi yang terbukti terhadap suatu warna. Seperti yang mungkin dipikirkan secara logis, warna favorit untuk kemeja akan berbeda dengan warna favorit seseorang untuk cat rumah. Seniman grafis sebaiknya mengabaikan teori dan penelitian tentang warna.



Gambar 8.6

Desainer grafis perlu mengetahui bagaimana pemirsa akan bereaksi terhadap warna yang mereka gunakan. Warna-warna dingin berada di sisi kiri roda warna dan mencakup biru. Karena cenderung mundur, warna-warna ini dapat menambah kedalaman pada desain. Warna-warna dingin menghasilkan perasaan stabilitas, ketenangan, dan relaksasi. Di sisi berlawanan dari roda warna, warna-warna hangat, yang terdiri dari merah atau kuning,



membangkitkan perasaan gairah, energi, dan bahkan bahaya. Warna-warna ini cenderung menonjol dalam tata letak.

Merah dianggap sebagai warna dengan tingkat rangsangan tinggi, seringkali mendorong orang untuk mengambil risiko. Biru dapat memicu perasaan kepercayaan, keamanan, keteraturan, dan kebersihan. Kuning dapat mendorong perasaan optimisme, harapan, rasa takut, dan pengkhianatan. Warna sekunder seperti ungu dan violet dapat menginspirasi perasaan spiritualitas, misteri, kerajaan, atau kesombongan. Hijau dikaitkan dengan alam, kesehatan, keberuntungan, dan kecemburuan. Oranye dapat mengaktifkan perasaan energi, keseimbangan, dan kehangatan. Nilai dan intensitas suatu warna juga akan memengaruhi respons. Hijau dapat menimbulkan reaksi yang kuat. Nuansa hijau pada suatu warna mungkin menarik bagi satu orang tetapi justru membuat orang lain merasa jijik.

Usia juga merupakan komponen dari bagaimana seseorang mempersepsikan warna. Bayi dan balita tertarik pada warna-warna primer murni dan bukan warna campuran. Generasi Z menyukai hijau limau, oranye terang, dan biru pekat serta hitam. Generasi milenial lebih menyukai warna-warna energik dan nada organik. Generasi baby boomer cenderung menyukai warna pastel dari warna sekunder.



Gambar 8.7 Kekuatan Warna

Desainer pemula seringkali hanya menggunakan warna hitam, putih, dan abu-abu. Mereka mungkin berpendapat bahwa pendekatan ini artistik, atau berbeda, atau cara untuk menarik perhatian, tetapi fakta tidak mendukungnya.

Studi telah menunjukkan kekuatan warna. Misalnya, dalam penelitian Universitas Loyola, Maryland, warna ditemukan dapat meningkatkan pengenalan merek hingga 80%. Dalam perbandingan iklan hitam putih dengan iklan yang sama dalam warna, ditemukan bahwa desain berwarna dibaca hingga 42% lebih banyak.¹ Dalam desain kemasan, suatu produk memiliki waktu kurang dari satu detik untuk menarik perhatian pembeli. Label hitam putih menarik perhatian pengamat kurang dari satu detik, sedangkan label berwarna menarik pelanggan selama lebih dari dua detik.

Menurut sebuah studi oleh CCICOLOR, Institut Penelitian Warna, pembeli secara tidak

sadar membuat keputusan tentang suatu produk dalam waktu kurang dari 90 detik. Warna menjadi dasar bagi 60 hingga 90% orang. Pada tahun 2003, Xerox Corporation dan International Communications Research melakukan survei terhadap para pelaku bisnis yang menemukan:

- 90% Merasa warna dapat membantu menarik pelanggan baru.
- 90% Percaya pelanggan lebih mudah mengingat presentasi dan dokumen jika menggunakan warna.
- 83% Percaya warna membuat mereka tampak lebih sukses.
- 76% Percaya bahwa penggunaan warna membuat bisnis mereka tampak lebih besar di mata klien.

Ketika lulusan desain grafis melamar pekerjaan, jika portofolio mereka sebagian besar berisi teks hitam putih, pewawancara akan menyadari bahwa desainer tersebut tidak nyaman menggunakan warna dalam solusi mereka. Desainer grafis berpengalaman dapat dengan cepat mengetahui bahwa insinyur perangkat lunak program, bukan desainer, yang menciptakan warna dalam desain tersebut.

8.4 MEMAHAMI BAGAIMANA KITA MELIHAT WARNA

Setiap panjang gelombang cahaya tampak tertentu sesuai dengan corak warna tertentu dan hanya dapat diamati secara langsung dari sumber cahaya atau dipantulkan dari benda. Oleh karena itu, mengenali warna adalah fungsi penglihatan daripada indra fisik. Misalnya, di ruangan tanpa cahaya, cat hijau adalah cairan, tetapi bisa berwarna apa saja. Berdasarkan pengalaman masa lalu dengan rasa, bau, atau sentuhan, warna secara optik memicu reaksi dan respons bawah sadar.



Gambar 8.8 Media Menentukan Sistem Warna

Desainer grafis dapat menciptakan visual yang lebih menarik perhatian dalam tata



letak mereka dengan memahami bagaimana pemirsa dipengaruhi oleh reaksi masa lalu mereka terhadap warna dan mengapa mereka membuat keputusan berdasarkan warna. Dari sudut pandang beberapa produsen yang mengabaikan studi warna, semua pintu garasi akan berwarna putih.

Penjelasan sederhana tentang pencetakan dengan mesin cetak adalah proses di mana operator mesin cetak menggulirkan berbagai pelat logam atau kertas dengan warna tinta yang berbeda dan kemudian menekan setiap pelat ke substrat. Warna-warna yang sama disemprotkan ke kertas oleh printer inkjet. Hitam, cyan, magenta, dan kuning adalah empat tinta yang digunakan. Material diwarnai dengan berbagai jumlah warna primer, sekunder, dan tersier untuk mencapai efek ini.

Skema warna CMYK bergantung pada proses subtraktif di mana warna tinta dipantulkan kembali ke pemirsa. Misalnya, objek hijau menyerap semua warna kecuali hijau. Magenta menggantikan merah, dan cyan menggantikan biru dalam proses empat warna. Tinta cyan memungkinkan rentang variasi warna yang lebih luas karena intensitasnya lebih rendah daripada cat biru. Proses pencetakan menghasilkan berbagai corak dan nada dengan menggabungkan berbagai persentase dari empat warna tinta dasar. Ketika suatu warna kurang dari 100%, ia menghasilkan rona, seperti 50% cyan untuk biru muda dan 100% cyan dicampur dengan 80% magenta untuk biru tua.

Pencetakan tinta Pantone Matching System (PMS) memberikan metode pencampuran warna yang lebih mendalam. Meskipun metode pencetakan ini lebih presisi, metode ini bisa lebih mahal. Seorang desainer grafis dapat menggunakan satu atau dua warna PMS selain pencetakan proses empat warna jika mereka membutuhkan warna yang tidak dapat dicapai melalui empat warna tinta dasar. Ketika mesin cetak enam warna digunakan dengan campuran tinta empat warna dan PMS, hasil cetakan memiliki kedalaman yang lebih karena cakupan tinta dan intensitas warna. Warna oranye yang dicampur dengan tinta empat warna memiliki nilai kecoklatan, sedangkan warna oranye PMS tampak sebagai campuran merah dan kuning.

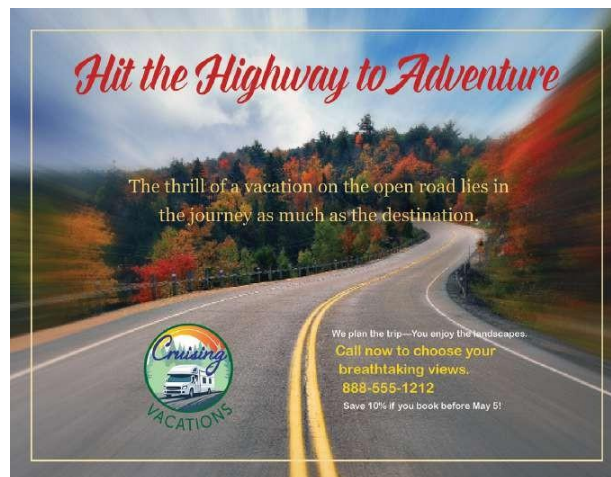


Gambar 8.9 Warna RGB Lebih Cemerlang Dan Jenuh Daripada Warna Hasil Cetak.

Rincian Gambar AI 8.9 dibuat dengan Adobe Firefly. Pengaturannya adalah foto, seni digital. Perintahnya adalah “gradien merah, kuning, hijau, cyan, biru, dan ungu pada monitor

komputer.” Saat mendesain untuk internet, film, atau multimedia di mana gambar dan desain dipancarkan dari sumber cahaya, tiga warna primer yang berbeda digunakan. Merah, Hijau, dan Biru adalah warna primer yang dinyatakan dalam nilai dari 0 hingga 255. Sistem RGB menciptakan warna cahaya yang tak terhitung jumlahnya dengan menggabungkannya dalam proses yang dikenal sebagai warna Aditif.

Hitam dalam sistem CMYK adalah kombinasi semua warna pada 100% sedangkan hitam dalam sistem RGB adalah ketiadaan warna apa pun—bayangkan warna monitor yang dimatikan. Putih dalam pencetakan diperoleh dengan menggunakan substrat putih untuk pencetakan dan putih dalam sumber elektronik dirancang dengan penggabungan RGB pada intensitas penuhnya yaitu 255. Pilihan lain untuk desain sumber cahaya elektronik untuk mengidentifikasi warna adalah sistem bilangan Heksadesimal. Setiap kombinasi warna memiliki kode heksadesimal (Hex #) yang dapat dengan mudah disalin dan ditempatkan ke dalam desain atau palet warna.



Gambar 8.10 Desainer Grafis: Neal Hettinger

Rincian: Foto stok yang diedit dengan efek blur zoom gerak di Photoshop dan diedit di beberapa area agar teks tetap terbaca di area gelap dan terang. Perhatikan tidak ada gradasi, cahaya, atau bayangan lembut di sekitar teks agar kata-kata tetap terbaca. Latar belakang diedit agar elemen-elemen dapat terbaca tanpa gangguan.

8.5 WARNA MEMFOKUSKAN AUDIENS DAN KLIEN

Warna menarik secara visual dan, jika digunakan secara efektif, dapat secara signifikan memengaruhi calon pelanggan. Respons emosional dapat dipicu oleh nilai dan kombinasi warna. Jika desain tidak berhasil, klien akan menggunakan jasa desainer grafis lain. Klien ingin mengevaluasi keberhasilan desain. Desainer ingin memastikan metode tersebut tidak terbatas pada meminta pendapat beberapa individu saja. Pada akhirnya, tindakan target pasar berbicara sendiri, itulah sebabnya tujuan pemasaran harus berupa pernyataan yang jelas dan sederhana tanpa mencoba mencapai terlalu banyak hal.

Saat mempresentasikan kepada klien, alih-alih mengatakan "kami menggunakan warna biru kehijauan," berikan nama seperti turquoise. Untuk warna hangat, gunakan istilah

chartreuse (hijau kekuningan), amber (kuning jingga), vermilion (merah jingga), merah ungu, untuk warna dingin gunakan ungu (biru ungu) dan turquoise (biru kehijauan). Desainer grafis ingin klien merasakan koneksi dengan warna tersebut dan tidak menganggap warna tersebut sebagai campuran pigmen.



Gambar 8.11

Rincian: Pengaturan Adobe Firefly adalah seni, seni digital. Prompt Firefly: jam yang meleleh dari meja komputer dengan warna-warna hangat. Photoshop menggunakan putaran gerakan radial pada level berbeda untuk 3 lapisan transparan.

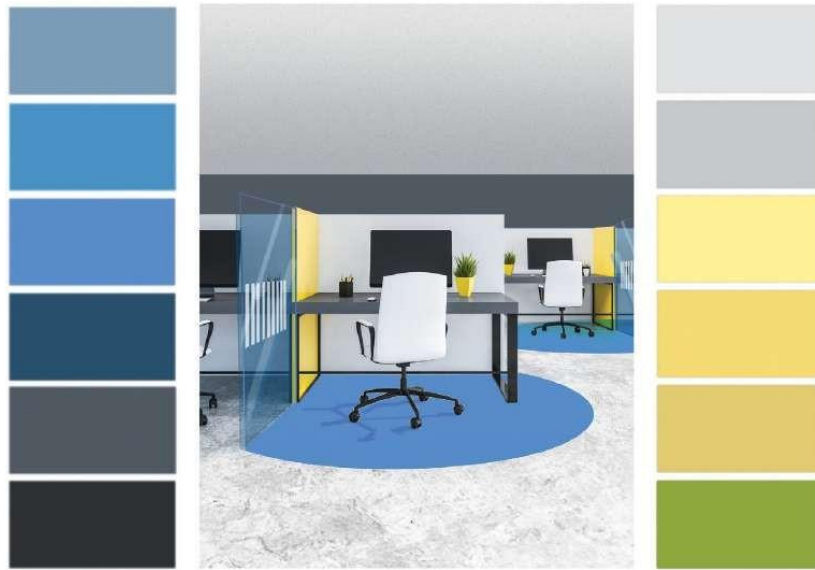
8.6 WAKTU PEWARNAAN

Selama tahap konsep, ketika desainer grafis mengetahui arahan kreatif, mereka tidak ingin diperlambat dalam memilih warna yang akan digunakan dan menetapkan palet dalam program perangkat lunak. Sebelum memulai tahap komposisi, seniman komersial menghemat waktu berharga dengan membuat perpustakaan berbagai warna, corak, dan nada serta palet warna untuk digunakan sebelum desain sebenarnya.

Desainer grafis memulai dengan melakukan riset, setelah itu mereka membuat sketsa untuk menghasilkan ide. Jika seniman memiliki ide yang mereka sukai berdasarkan arahan, mereka akan dengan cepat membuat sketsa di atas kertas atau di komputer dengan catatan. Setelah tahap riset, seniman akan meninjau kembali sketsa dan mempertimbangkan relevansinya. Desainer yang handal menentukan pesan yang ingin mereka sampaikan, menetapkan tujuan, dan mempertimbangkan karakteristik audiens target mereka. Riset mereka akan membantu memutuskan warna apa yang akan menyampaikan pesan dan warna apa yang akan menarik audiens ke desain tersebut.

Salah satu dari tiga area desain yang menjadi tantangan bagi desainer grafis dari semua tingkat pengalaman adalah pemilihan warna. Tiga metode utama untuk membuat palet warna adalah pengambilan sampel gambar, pemilihan warna objektif, dan penggunaan opsi yang terbatas dan ketat dari panduan gaya perusahaan. Metode ketiga berfokus pada branding perusahaan dan menciptakan identitas yang mudah dikenali, yang memudahkan desainer

grafis untuk memilih warna.



Gambar 8.12 Metode Pipet Dapat Memberikan Banyak Pilihan.

Karena seniman grafis yang memilih warna, pengambilan sampel gambar dengan alat pipet dianggap subjektif. Jenis palet ini membangun hubungan warna yang harmonis yang terdiri dari warna komplementer dan analog. Sorotan adalah area kecil untuk menarik perhatian pemirsa.

Pada Gambar 8.10, brosur layanan liburan menggunakan skema warna yang diambil langsung dari foto yang telah diedit dengan alat pipet. Pengambilan sampel gambar ini menciptakan desain yang kohesif dan menyenangkan secara visual. Untuk keterbacaan, pepohonan dan jalan di latar belakang digelapkan di tempat di mana teks akan sulit dibaca. Perhatikan bahwa tidak perlu garis luar atau bayangan. Praktik lama tersebut adalah tanda seorang desainer yang kalah. Aplikasi perangkat lunak memungkinkan kita untuk menggunakan teknik yang lebih baik.

Membangun pustaka warna berdasarkan atributnya bersifat objektif karena seniman grafis tidak memasukkan pengalaman dan pendapat pribadi mereka sendiri. Ini mungkin metode yang paling sulit untuk menetapkan skema warna. Karena para seniman grafis mengandalkan pengetahuan mereka tentang teori warna mengenai bagaimana orang bereaksi atau merespons corak warna, proses ini bisa menjadi bermasalah. Lebih mudah menggunakan jenis huruf hitam atau putih jika seniman grafis tidak memiliki bakat dalam bekerja dengan hubungan warna. Misalnya, jika seniman komersial mengerjakan produk yang menargetkan pasar anak muda, mereka perlu merancang cara untuk menghadirkan warna-warna yang energik dan cerah.

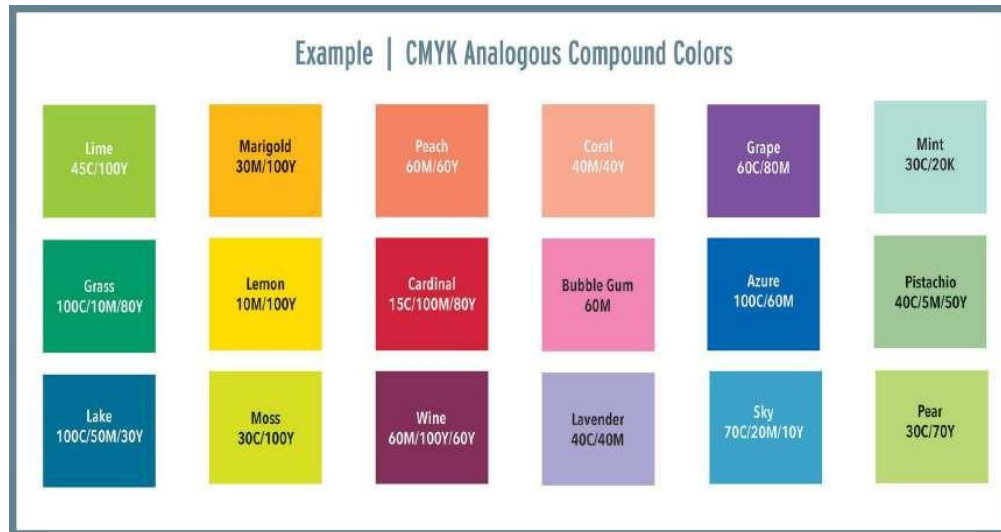


Gambar 8.13 Efisiensi Palet Warna: Ekstraksi Sorotan Merah-Magenta Dari Objek Utama Serta Penyesuaian Intensitasnya.

Tata letak yang kuat memiliki unsur desain subjektif dan objektif. Seniman komersial membuka otak kanan kreatif mereka untuk memecahkan proyek secara visual. Desainer dapat menggunakan aturan 60-30-10 di mana 60% area dikhususkan untuk warna utama, 30% untuk warna tambahan, dan 10% untuk titik-titik warna minor.

Sebelum para seniman besar mulai melukis di kanvas, mereka melakukan studi, banyak di antaranya mendalam dalam warna hitam putih untuk menunjukkan tekstur, nilai, dan dimensi. Setelah beberapa area ditentukan, para seniman membuat skema warna, yang mereka campurkan ke dalam palet. Alih-alih menghentikan pekerjaan mereka untuk membuat warna, palet memungkinkan para seniman untuk mencelupkan kuas mereka dan menggores kanvas. Untuk menghemat waktu, para seniman meluangkan waktu untuk membuat palet warna di awal, sebelum proses dan aliran kreatif.

Proses desain grafis dapat menerapkan metodologi yang sama seperti pelukis besar zaman dahulu. Seniman grafis memulai dengan halaman kosong dan menyelesaikannya dengan desain yang mengintegrasikan tipografi, gambar, warna, dan ruang. Tabel contoh warna berfungsi mirip dengan palet warna para pelukis besar. Karena seniman komersial tidak perlu khawatir tentang campuran cat mereka yang mengering, mereka dapat membuat beberapa skema warna untuk digunakan saat mereka bekerja. Aliran kreatif perlu bergerak maju dengan eksperimen dan kecepatan tanpa gangguan. Panggilan telepon, misalnya, dapat mengganggu proses berpikir dan menyebabkan hilangnya solusi.



Gambar 8.14

Saat mencatat rincian warna dalam pencetakan 4 warna (CMYK), penamaan warna dimulai dengan urutan di mana mesin cetak akan mencetak proyek Cyan, diikuti oleh Magenta, Kuning, dan Hitam serta persentase tinta tersebut dalam warna. Misalnya, Merah Permen akan menjadi 10C/100M/90Y/0K. 10C sama dengan 10% Cyan dan "K" berarti Hitam. Beberapa profesional akan mengatakan istilah tersebut merupakan singkatan dari warna kunci, tetapi sebenarnya itu mengacu pada warna paling menonjol yang digunakan dalam desain. Para pendidik mungkin menyebut "K" sebagai singkatan dari istilah "garis kunci" yang merupakan garis hitam tipis pada masa pencetakan mekanik yang mendefinisikan tepi foto, karya seni, dan warna sebelum membuat pelat cetak. Namun, garis-garis ini, bersama dengan tanda registrasi, tanda lipatan, tanda potong, perlu ada dalam keempat warna pada 100% agar muncul di setiap pelat warna.

Ketika seorang seniman grafis memuat palet warnanya, mereka akan menyesuaikan warna untuk mencapai tujuan desain mereka. Dengan InDesign, Anda dapat membuat palet warna seperti warna tanah, warna meriah, dan warna mewah. Palet warna tanah terinspirasi dari alam dan terdiri dari warna alami atau netral seperti coklat, hijau, abu-abu, dan merah. Sementara warna meriah dapat merujuk pada hari libur tertentu, warna ini juga merujuk pada pesta dan perayaan.

Oleh karena itu, warnanya kuat, cerah, dan intens. Warna mewah menandakan keanggunan dan kecanggihan, jadi warna hitam dengan sedikit biru mungkin menjadi pilihan, warna metalik seperti emas hangat, tembaga kemerahan, dan perak dingin akan menonjolkan warna putih dan ungu. Metode atribut didasarkan pada penelitian dan teori warna. Perubahan dari konsep dan teknik desain grafis manual telah secara dramatis mengubah palet dan tren warna. Pergeseran ini dimungkinkan oleh kemampuan untuk mencapai hasil warna yang lebih tepat. Konsep sebelumnya dibuat dengan pensil warna dan spidol seni di atas kertas Canson atau papan cetak panas presentasi. Garis menunjukkan konten, sementara sketsa foto atau ilustrasi mewakili gambar. Pilihan warna terbatas dan statis.

Dengan monitor RGB, desain cetak digital memungkinkan jutaan warna. Keterbatasan



alat warna tradisional, seperti spidol desain, menjadi usang. Hal ini memungkinkan para seniman grafis untuk mengeksplorasi warna yang lebih berani dan menggunakan lebih banyak corak dan gradasi karena mereka benar-benar dapat melihat warna di layar dan tidak perlu menebak dengan lapisan film. Dalam pembuatan contoh, desainer grafis akan melihat warna apa yang akan dicetak oleh mesin cetak.

Desain di World Wide Web terbatas pada apa yang dapat dilihat sebagian besar pemirsa di monitor 216 warna mereka dan keterbatasan transfer data melalui saluran faks. Seiring dengan peningkatan teknologi monitor dengan resolusi yang lebih tinggi, palet warna pun ikut berkembang. Palet warna menjadi lebih dinamis dan kompleks.

Pemrogram dan pengembang komputer, dan bukan desainer grafis, menangani desain web pada awal tahun 1990-an. Hambatan utama adalah menggunakan kode untuk membuat visual. Ketika teknologi meningkat, seniman grafis dapat membuat dan mengontrol desain di web. Paul Hebron, seorang seniman grafis terkenal di Los Angeles, menyatakan bahwa sampai situs web menggunakan program visual untuk menata halaman, situs web akan terbatas pada para ahli teknologi komputer.

Para pengembang menyukai gradasi, latar belakang putih atau hitam, dan jenis huruf terbalik serta memilih warna yang ditampilkan secara konsisten di berbagai layar. Mereka memengaruhi tren branding dan desain web. Mereka menggunakan warna yang sangat kontras untuk menarik perhatian "peselancar", seperti warna-warna primer yang cerah.

Dengan perangkat lunak yang dapat digunakan oleh seniman grafis untuk mendesain, UX, atau pengalaman pengguna, menjadi fokus utama. Seiring perkembangan teknologi, kecepatan unduhan memungkinkan tren desain cetak seperti minimalis, maksimalis, seni datar, nostalgia, budaya, dan infografis menjadi bagian dari desain internet. Seniman grafis dapat dengan mudah menyesuaikan palet warna untuk pemasaran di semua penggunaan digital untuk pesan dan branding yang konsisten secara global.



Gambar 8.15 Foto Raw Tidak Diedit.

Demonstration: Building an image sampling color palette

Tugas ini didasarkan pada asumsi bahwa klien telah mengirimkan gambar untuk tiga konsep berbeda. Masalah ini dapat diselesaikan dengan menghasilkan berbagai komposisi dengan font, warna, dan tekstur yang berbeda. Meningkatkan dan memperbaiki foto mawar pusaka membutuhkan Adobe Photoshop. Sebelum memulai demonstrasi, ambil foto bunga atau mawar.

Berhati-hatilah saat menggunakan foto stok karena foto tersebut telah diedit. Foto mawar ini diambil dengan kamera Nikon, bukan perangkat seluler. Itulah sebabnya gambar tersebut tajam, tanpa bintik atau distorsi, dan memiliki kedalaman bidang yang dangkal. Jika Anda harus menggunakan kamera ponsel, penting untuk mengatasi masalah potensial ini. File RAW adalah file yang tidak terkompresi yang lebih kecil dari PNG dan memiliki detail lebih banyak daripada JPEG.

Bagian 1 | Perbaiki Foto

1. Duplikat lapisan



Gambar 8.16

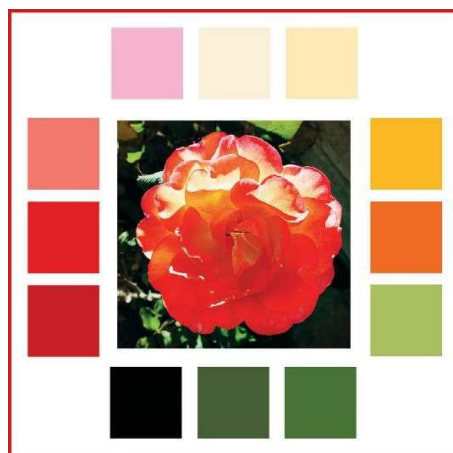
2. Pilih hanya bunga mawar menggunakan Alat Seleksi Objek (teknologi Kecerdasan Buatan Adobe) dan alat lasso untuk menambah (geser) atau mengurangi (opsi) area, salin>tempel untuk menempatkan mawar pada lapisan lain, lalu beri nama lapisan tersebut "mawar."
3. Gunakan alat yang sama untuk memilih item yang tidak diinginkan pada lapisan yang diduplikasi. Dalam hal ini, item tersebut adalah tangan dan jaket bertekstur. Gunakan bilah tugas kontekstual dan perintah untuk menambahkan latar belakang.
4. Pada Lapisan Mawar, gunakan alat dodge dengan tepi lembut pada area yang lebih gelap. Pengaturan: Rentang adalah Nada Tengah; dan Eksposur adalah 20%. Dengan kuas lembut yang lebih kecil, cerahkan tepi yang gelap. Pengaturan: Rentang adalah pengaturan Bayangan; dan Eksposur adalah 60%.
5. Tingkatkan Kontras 50 dan Kecerahan 10 pada mawar. Gunakan lapisan kliping.
6. Di dalam lapisan kliping, tingkatkan Saturasi +20 dan kurangi Kecerahan -5.

7. Sembunyikan semua lapisan yang tidak digunakan dan buat lapisan gabungan dari semua lapisan yang terlihat.
8. Unsharpen: Jumlah 200; Radius 1; dan Ambang Batas 0.



Gambar 8.17 Siapkan Gambar Untuk Ditunjukkan Kepada Klien. Penyesuaian Didasarkan Pada Gambar Brosur Yang Menarik Dan Tidak Memerlukan Warna Mawar Yang Akurat.

9. Menggunakan Content Aware, tambahkan gambar secukupnya di bagian atas untuk memusatkan mawar. Gunakan Content Aware untuk mengisi dan membuka ruang.
10. Pangkas secara persegi untuk fokus pada mawar.
11. Simpan sebagai Tiff. Konversikan ke CMYK.
12. Pilih area berbeda dari mawar dengan nilai terang dan tengah menggunakan alat pipet. Menggunakan latar belakang, pilih area gelap dan tengah.



Gambar 8.18

Bagian 2 | Riset Warna

Jumlah riset tentang warna buku sangat mencengangkan. Misalnya, Printivity Insights memiliki tren terkini warna sampul buku terlaris: Misteri menggunakan hitam, abu-abu; Romantis menggunakan warna-warna lembut seperti merah muda, merah, ungu, dan putih; Fantasi didominasi ungu, biru, hijau, perak, emas; Sampul Sci-Fi berwarna hitam, abu-abu, merah, hijau, dan ungu; Horor, seperti yang diduga, berwarna merah dan hitam; Nonfiksi bisa

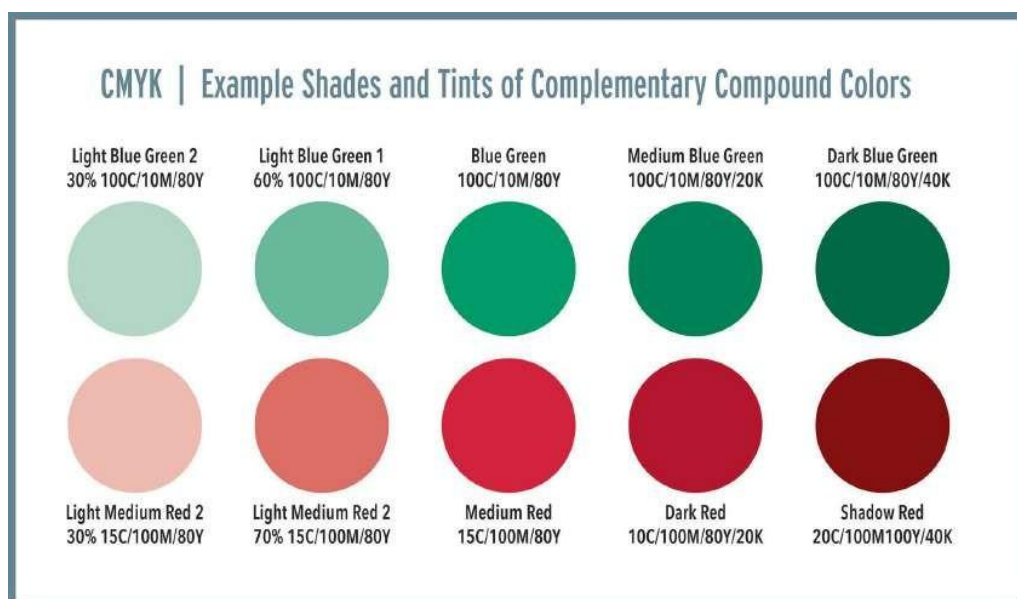
berwarna biru, merah, kuning, hitam, dan putih.²

Dalam artikel lain tentang warna buku, sampul kuning dianggap sebagai buku murahan, jadi mengapa Anda menggunakannya untuk buku nonfiksi? Secara umum, warna buku yang paling tidak disukai wanita adalah oranye dan cokelat, sementara sepertiga dari mereka yang disurvei paling menyukai biru. Sampul merah digunakan untuk misteri, thriller, dan cerita horor, sementara warna merah muda biasanya berarti buku romantis. Hijau cocok untuk alam dan hitam sangat disukai karena membuat elemen lain menonjol, sehingga banyak digunakan oleh penerbit. Putih berarti buku itu tentang kepolosan atau kemurnian.³

Seorang desainer bisa mendapatkan terlalu banyak informasi, yang berarti gunakan sebagian saja, tetapi jangan berdebat dengan klien Anda tentang warna terbaik.

Bagian 3 | Membuat palet warna

Salah satu kombinasi warna yang lebih sulit adalah merah dan hijau. Ketika digunakan bersama, orang langsung teringat akan hari libur. Contoh lain dari asosiasi warna adalah hitam dan oranye untuk Halloween dan merah, putih, dan biru untuk tema patriotik. Seniman grafis dapat menggunakan warna komplementer merah dan hijau seperti yang ditunjukkan pada Gambar 8.19, untuk menjauhkan diri dari asosiasi hari libur.



Gambar 8.19

1. Susun Palet yang Harmonis.
 - a. Pilih warna-warna komplementer seperti hijau kebiruan dan merah jingga.
 - b. Pilih warna analog seperti ungu dan kuning.
 - c. Susun chip warna sedemikian rupa sehingga warna-warna tersebut serasi.
2. Susun Palet yang Objektif.
 - a. Gunakan chip warna hijau karena buku ini tentang alam, chip kuning muda sebagai sorotan karena ini nonfiksi, dan chip merah terang untuk menciptakan energi.
 - b. Buat warna dasar dan tekstur.
 - c. Tambahkan warna sorotan kuning tua.

3. Gunakan Pengambilan Sampel Gambar untuk palet.
 - a. Dengan menggunakan pipet di Photoshop, buat berbagai chip warna hijau, kuning, dan merah dari seluruh gambar.
 - b. Susun warna-warna tersebut sesuai dengan kepentingannya dalam desain menggunakan chip berukuran besar, sedang, dan kecil.
4. Dengan menggunakan teks Yunani, buat tiga tata letak yang berbeda.

Learning Library Exercise – Critique Junk Mail

Membangun perpustakaan desain grafis bisa mahal jika yang Anda lakukan hanyalah membeli buku dan berlangganan majalah. Ini adalah pilihan yang bagus, tetapi lihatlah di sekitar kehidupan sehari-hari Anda. Metode gratis dan mudah didapatkan ada di kotak surat Anda. Sebelum Anda membuang surat langsung ini, lihatlah dan simpan contoh-contoh yang bagus. Sebelum Anda menambahkannya ke folder perpustakaan Anda, tempelkan Post-it pada setiap contoh dan catat apa yang Anda sukai tentang desainnya.

Untuk latihan ini, Anda perlu menganalisis dan mengevaluasi pilihan font, skala elemen, dan bentuk spesifik yang digunakan dalam surat langsung dalam sebuah kritik. Periksa ejaan, koreksi, dan bacalah dengan lantang untuk menemukan kesalahan tata bahasa dan konteks.

1. Foto 5 contoh surat langsung yang berbeda.
2. Impor foto-foto tersebut ke InDesign dan tambahkan keterangan di bawah setiap contoh dengan nomor.
3. Dalam kotak teks, tambahkan subjudul dengan nomor dalam font yang sesuai, diikuti oleh tiga hingga empat kalimat dalam teks isi yang mengomentari tata letak dan pilihan elemen yang digunakan untuk desain tersebut.
4. Ingatlah bahwa Anda adalah seorang desainer, jadi jangan hanya meletakkan gambar dan teks di halaman—desainlah halaman tersebut.



BAB 9

RUANG DAN PIKIRAN

9.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada akhir bab ini, pembelajar akan mampu mempertahankan pentingnya ruang. Mereka akan mampu menafsirkan Prinsip Gestalt. Pembaca akan mampu menunjukkan kedalaman dalam desain.

Terminologi Profesional

Penutupan:	Pembaca secara visual mengisi celah yang hilang dari objek yang tidak lengkap untuk membentuk bentuk keseluruhan.
Penekanan:	Memberikan penekanan pada satu elemen di atas bagian lain dari suatu desain.
Figur & Latar Belakang:	Manusia mempersepsikan objek atau bentuk sebagai sesuatu yang berbeda dari latar belakangnya.
Perspektif:	Mempersingkat atau mendistorsi suatu objek untuk memberikan ilusi kedalaman.
Prinsip Gestalt:	Orang mempersepsikan objek visual sesuai dengan bagaimana objek tersebut diatur.
Garis Cakrawala:	Batas visual di mana langit bertemu dengan permukaan bumi.
Penjajaran:	Dua atau lebih elemen yang ditempatkan berdampingan untuk mengontraskan perbedaan mereka.
Bentuk Negatif:	Bentuk latar belakang di sekitar elemen desain.
Perspektif:	Menggambar objek tiga dimensi pada permukaan dua dimensi.
Bentuk Positif:	Area yang diisi dalam desain oleh elemen-elemen.
Kedekatan:	Individu melihat objek yang berdekatan sebagai bagian dari sebuah kelompok.
Ruang:	Area di sekitar komponen desain yang ditempatkan yang menarik fokus pemirsa.
Titik Lenyap:	Dalam desain dua dimensi, garis yang digambar dalam perspektif tampak tiga dimensi dengan bertemu di titik yang jauh.
Volume:	Ekuivalen tiga dimensi dari bentuk dua dimensi.
Ruang Putih:	Ketiadaan elemen apa pun di area desain, termasuk warna.



Gambar 9.1

Rincian: Prompt Kunang-kunang: halaman kosong mengambang yang berbaris untuk terbang ke Bima Sakti yang cerah menuju cakrawala di latar belakang; Dikombinasikan di Photoshop dengan selebaran palsu dan halaman besar dengan pesan.

9.2 SEMUA DESAIN VISUAL MENGGUNAKAN RUANG

Ada metode sederhana untuk meningkatkan profesionalisme dan daya tarik visual dari suatu desain. Setelah seorang desainer grafis memahami prinsip mendasar ini, mereka akan menemukan bahwa menguasai teknik ini sepenuhnya adalah aspek yang paling menantang dari pendekatan kreatif. Setiap desainer terampil tahu bahwa memaksimalkan ruang adalah strategi penting saat memulai proses tata letak. Ini digunakan oleh para profesional dalam bidang lukisan, fotografi, arsitektur, teknik sipil, desain kendaraan, dan patung. Seniman grafis menerapkannya.

Seniman grafis memandang ruang yang dirancang sebagai kombinasi elemen positif dan negatif. Salah satu cara untuk memahami ruang yang dirancang adalah dengan memvisualisasikan kolam renang. Air adalah ruang negatif, sedangkan elemen-elemen di dalam kolam menempati ruang positif. Kolam yang dipenuhi dengan pelampung, orang, dan mainan telah berubah dari lingkungan yang menarik menjadi lingkungan yang tidak menarik. Kemampuan seorang desainer untuk menempatkan item besar, sedang, dan kecil secara strategis di halaman adalah tujuan untuk mencapai daya tarik visual. Jika susunannya terisi penuh, tidak ada kontras. Ruang yang dirancang dan elemen-elemennya membutuhkan kontras.

Ruang penting untuk keseimbangan visual karena mendistribusikan elemen secara merata di seluruh desain. Keseimbangan ini dapat membuat desain terasa stabil dan harmonis, meningkatkan pengalaman keseluruhan bagi pemirsa. Dalam beberapa konteks, terutama dalam branding mewah, penggunaan ruang yang luas dapat menyampaikan kesan eksklusivitas, kecanggihan, dan kualitas tinggi.

Toko yang berorientasi pada kualitas memiliki tata ruang terbuka dengan suasana yang tidak ramai, sementara toko yang berorientasi pada biaya dijejali barang dagangan dari dinding ke dinding. Di toko yang pertama, pembeli akan menemukan pilihan yang baik, tetapi tidak berlebihan karena menandakan nilai. Di toko yang kedua, ada tumpukan setiap barang karena volume penjualan adalah tujuan toko ini. Jika perbandingan ini dibuat pada skala

kebisingan, toko berkualitas akan seperti aliran air yang bergelembung dan toko berbiaya rendah akan seperti Air Terjun Niagara.



Gambar 9.2 Teluk Mana Yang Ingin Anda Lewati?

9.3 ELEMEN FUNDAMENTAL

Ruang dapat didefinisikan secara visual sebagai blok putih dalam grid, area kosong di halaman, bagian kosong yang dibuat oleh elemen, atau bagian terbuka dalam tata letak. Desainer grafis menyebutnya sebagai ruang negatif dan positif. Ada beberapa alasan mendasar untuk menggunakan ruang dalam desain.

Menciptakan fokus dan penekanan adalah bagian dari desain yang baik. Seniman grafis dapat menyoroti elemen tertentu dengan menyediakan ruang yang cukup untuk membaca. Ini menarik perhatian pemirsa ke aspek-aspek penting, seperti tombol ajakan bertindak, pesan utama, atau gambar utama.

Penggunaan ruang secara strategis dapat memandu pengguna melalui desain, mengarahkan mata mereka dari satu elemen ke elemen lain dalam urutan yang disengaja. Alur ini mendorong interaksi dan membuat pengguna tetap terlibat. Dalam desain antarmuka pengguna (UI), ruang meningkatkan kegunaan dengan membuat elemen interaktif lebih mudah diidentifikasi dan diklik atau disentuh. Ini membantu menciptakan antarmuka yang intuitif dan ramah pengguna.

Dengan memisahkan elemen, ini meningkatkan keterbacaan dan pemahaman, sehingga memudahkan pemirsa untuk memproses informasi. Dalam desain yang banyak teks, jarak yang memadai antara baris, paragraf, dan margin meningkatkan keterbacaan. Desain dengan pemanfaatan ruang yang baik akan terlihat bersih dan terorganisir. Kebersihan ini seringkali menghasilkan tampilan yang lebih profesional dan estetis, membuat desain terasa lebih mudah didekati dan tidak terlalu berantakan.

Klien akan berpendapat bahwa informasi harus memenuhi seluruh ruang yang

tersedia. Mereka akan meminta elemen-elemen tertentu untuk diperbesar, diikuti dengan memperbesar ukuran elemen lain untuk menekankan poin tertentu. Jika desainer grafis profesional mengisi seluruh ruang, pesan tersebut akan kehilangan daya tariknya.

Tata letak yang efektif mencakup margin yang menetapkan batas di sekitar desain. Meskipun margin tidak harus sama, banyak orang menganggap margin simetris lebih menarik. Sebuah desain dapat memuat teks hingga ke gambar atau blok warna, tetapi desainer grafis harus menghindari memperpanjangnya hingga ke tepi halaman.

Memahami dan memanfaatkan area terbuka adalah keterampilan yang paling sulit dikuasai oleh pemula karena mereka mendesain di komputer dan jarang mencetak desain lengkap sehingga mereka dapat memegangnya di tangan dan benar-benar melihatnya dalam ukuran penuh. Kontras adalah prinsip utama dalam menarik perhatian pemirsa dan ruang tidak diragukan lagi merupakan elemen terpenting yang dibutuhkan untuk mencapai kontras. Jangan meremehkan ruang desain. Seorang desainer grafis sejati akan merancang desainnya agar tampak memiliki lebih banyak ruang dan lebih sedikit elemen.



Gambar 9.3 Perbandingan Efektivitas Iklan: Daya Tarik Dan Retensi Audiens Oleh Neal Hettinger & Todd Bane.

Kedalaman dalam desain berhasil karena ruang

Para desainer berupaya agar proyek dua dimensi mereka memiliki kedalaman. Mereka akan menggunakan teknik tradisional menambahkan bayangan pada teks dan gambar. Harapan mereka adalah bayangan tersebut akan membuat elemen-elemen tersebut tampak menonjol dari halaman. Namun, desainnya malah terlihat kuno. Solusi yang lebih efektif adalah menggunakan prinsip Gestalt tentang figur dan latar belakang dengan ruang.

Aspek tak berwujud tunggal dari desain yang membedakan amatir dari ahli adalah pemanfaatan ruang dalam tata letak. Setiap fase desain grafis menggunakan elemen ini. Ilusi kedalaman menciptakan organisasi spasial dalam gambar dengan menetapkan latar depan, latar tengah, dan latar belakang. Blok konten lebih mudah dibaca ketika dikelilingi oleh ruang kosong. Sebuah desain menarik klien dengan menyajikan pesan yang ringkas, membangun



margin yang memadai, dan mengatur bagian-bagian secara teratur yang mengarahkan perhatian pada ajakan bertindak.

Ketika desainer pemula mengevaluasi tata letak mereka di layar komputer, mereka akan merasa tidak nyaman dengan ruang tersebut. Sebelum mengisi ruang, seniman grafis harus mencetak tata letak untuk melihat desain dengan benar.

Jika seorang seniman grafis menganggap tata letak sebagai desain tiga dimensi, margin akan mewakili sisi bangunan. Menempatkan teks dan gambar di tepi tidak menyisakan ruang bagi mata pembaca untuk beristirahat. Lebih baik memiliki margin yang besar daripada margin yang terlalu kecil. Meskipun margin yang sama tidak diperlukan, kebanyakan orang merasa nyaman dengan hal itu. Cobalah solusi di mana bagian atas dan bawah memiliki lebih banyak ruang daripada sisi-sisinya. Cobalah untuk membatasi tipografi pada gambar atau blok warna daripada seluruh halaman.

9.4 PRINSIP KESATUAN

Untuk mengkomunikasikan satu pesan, desainer grafis harus tahu cara menghasilkan tata letak visual di mana semua elemen bekerja bersama. Jika bagian-bagian desain tidak tampak terhubung, pemirsa tidak akan merasa nyaman, dan mata audiens akan beralih. Mereka tertarik pada satu bagian yang merupakan penjumlahan dari semua bagian.

Tujuan desain adalah untuk menyajikan pesan yang jelas tanpa kekacauan elemen yang tidak penting dan mengganggu. Untuk menarik perhatian pembaca, materi pemasaran harus menarik dan harmonis. Untuk membangun dan mengkomunikasikan merek, desain perlu memiliki tema pengenalan yang konsisten dengan pilihan tipografi, jenis gambar, palet warna, dan penggunaan ruang.

9.5 TEORI GESTALT MENGARAH PADA DESAIN YANG KOHESIF

Hingga awal tahun 1900-an, psikolog, seniman grafis, dan pemasar berpikir cara terbaik untuk menyajikan pesan adalah dengan memuat informasi sebanyak mungkin di satu halaman dan orang akan membacanya semua. Teori ini didasarkan pada strukturalisme yang menyatakan bahwa elemen-elemen itu sendiri tidak memiliki makna. Manusia hanya melihat sistem terstruktur secara keseluruhan sebagai kumpulan elemen dalam kaitannya dengan elemen lain dan bukan estetika individualnya.

Sekelompok psikolog mengusulkan bahwa orang melihat bagian-bagian individual dari tata letak yang menciptakan pola keseluruhan, dan mereka menguji hipotesis ini di bidang persepsi, pembelajaran, dan pemahaman. Hasilnya, yang dikenal sebagai Prinsip Gestalt, adalah dasar untuk komunikasi desain grafis yang efektif.

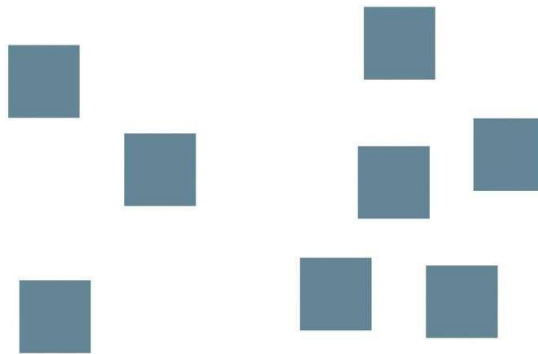
Seniman grafis ingin memberi sinyal kepada pemirsa menggunakan isyarat visual. Enam teori Gestalt tentang bagaimana mata dan pikiran menggunakan kelompok gambar dikembangkan oleh sekelompok psikolog Jerman. Teori-teori tersebut menjelaskan bagaimana orang mempersepsikan objek visual sesuai dengan bagaimana objek tersebut disusun dan diorganisir untuk mengidentifikasi informasi yang paling penting.

Bagaimana elemen-elemen disatukan akan membentuk ide yang koheren karena



berkaitan dengan cara kerja sistem visual pemirsa. Orang melihat bagian-bagian desain dengan cara yang masuk akal bagi mereka berdasarkan susunan visual tata letak. Desain akan tampak lebih selesai, menarik, seimbang, dan, yang paling penting, profesional jika sesuai dengan konsep Gestalt.

1. Kedekatan



Gambar 9.4 Persepsi Visual: Pengelompokan Objek Terstruktur Vs Penempatan Acak.

Dalam psikologi Gestalt, prinsip bagaimana orang mempersepsikan objek visual berdasarkan susunannya disebut sebagai Kedekatan. Individu cenderung mempersepsikan objek yang berdekatan sebagai bagian dari suatu kelompok. Prinsip ini menyiratkan bahwa cara kita mengatur elemen visual ke dalam pola atau kelompok yang koheren dapat dipengaruhi oleh kedekatan spasial atau jarak antar objek.

Ketika delapan persegi disusun secara acak dan tidak berdekatan satu sama lain, mereka dianggap sebagai bentuk yang berbeda. Elemen yang terletak berdekatan dipersepsikan lebih terkait erat atau saling terkait daripada elemen yang dipisahkan oleh jarak yang lebih jauh. Elemen yang terkait harus ditempatkan berdekatan agar dipersepsikan sebagai bagian dari kelompok. Ketika delapan persegi ditempatkan dalam kisi yang rapat, tata letak tersebut memberikan kesan kesatuan. Terlepas dari kenyataan bahwa persegi tersebut adalah entitas yang berbeda, mereka dipersepsikan sebagai sekelompok persegi.



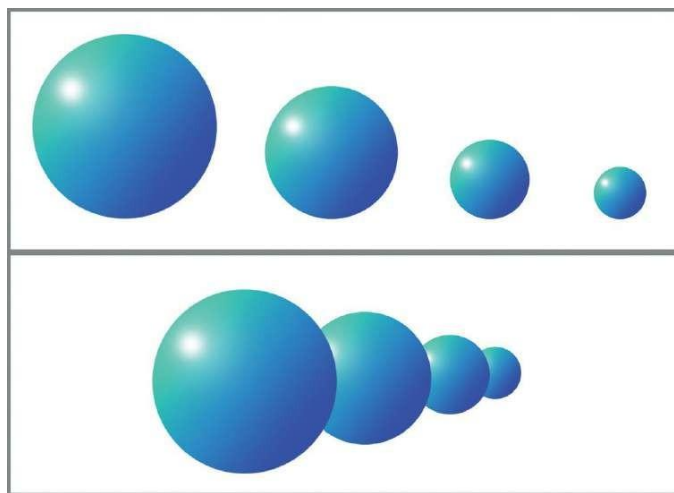
Gambar 9.5 Demonstrasi Kesatuan.

Ketika seorang desainer ingin menekankan suatu elemen, mereka dapat menggunakan prinsip kedekatan. Elemen yang dimaksudkan untuk menonjol dapat diposisikan terpisah dari

kelompok untuk mengkomunikasikan kepada pemirsa bahwa elemen tersebut unik atau berbeda. Pemirsa akan lebih memperhatikan satu kotak jika tujuh kotak disusun bersama dan satu kotak tidak diposisikan dekat dengan kelompok tersebut.

2. Figur/Latar Belakang

Mata manusia dapat membedakan berbagai benda berdasarkan latar belakang, wilayah sekitarnya, bentuk, siluet, atau rupanya. Mempertahankan keseimbangan yang tepat antara subjek latar depan dan latar belakang menarik perhatian dan menciptakan tata letak yang menarik secara visual dengan kontras. Memperpendek objek atau elemen panjang yang lebih dekat ke pemirsa secara dramatis akan membuatnya tampak lebih kecil dan memberikan ilusi kedalaman.



Gambar 9.6 Komposisi Tanpa Kedalaman: Objek Sejajar Tanpa Tumpang Tindih.



Gambar 9.7 Imitasi Karya Escher: Manipulasi Perspektif Dan Kedalaman Visual.

Rincian: Prompt Firefly: orang-orang dengan pakaian berbeda berjalan di tangga yang menentang gravitasi dan perspektif. Area yang diedit di Photoshop. Menata elemen desain untuk memisahkan item dari lingkungannya adalah proses persepsi objek visual. Seniman seperti M. C. Escher menipu pemirsa dengan menggunakan perspektif dalam karya seninya

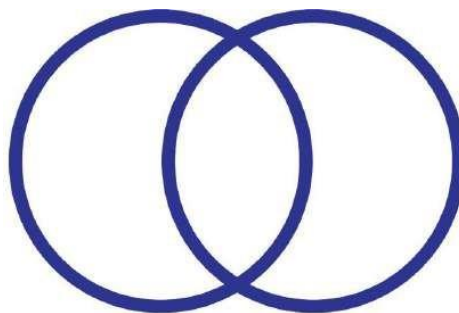
untuk menciptakan latar depan dan latar belakang palsu. Tangga-tangganya menggunakan perspektif yang salah untuk membuat pemirsa percaya bahwa tangga tersebut tidak memiliki awal atau akhir.



Gambar 9.8 Skala Perspektif: Kedalaman Melalui Latar Depan, Tengah, Dan Belakang.

Rincian: Prompt Firefly: Penyihir besar di latar depan di hutan gelap dengan gubuk kecil di latar belakang; fokus pada topi, wajah buram. Diedit dan ditingkatkan dengan Photoshop. Gambar yang lebih besar cenderung maju di bidang gambar, sedangkan gambar yang lebih kecil cenderung mundur. Tata letak dapat menciptakan ilusi ruang dengan tumpang tindih objek, bentuk, atau teks. Saturasi warna dan nilai menciptakan ruang. Saat kita melihat ke kejauhan ke arah pegunungan, nilai dan intensitas warna berkurang. Perspektif menciptakan ilusi ruang dengan memiliki satu, dua, atau tiga titik lenyap.

3. Simetri



Gambar 9.9

Prinsip simetri mengacu pada pengamatan bahwa semua orang secara visual lebih menyukai elemen yang membentuk bentuk lengkap dengan elemen yang seimbang, daripada desain yang terdiri dari komponen yang ditempatkan secara sembarangan. Ketika dua lingkaran tumpang tindih, keduanya dianggap sebagai satu struktur yang terdiri dari dua lingkaran yang menciptakan tiga bentuk. Audiens menginginkan rasa koherensi. Desainer dapat mencapai simetri dengan memastikan keseimbangan yang harmonis atau integrasi yang kohesif dari elemen-elemen desain.

4. Kesamaan



Gambar 9.10

Ketika benda-benda memiliki kemiripan satu sama lain, penonton dapat melihatnya sebagai suatu kesatuan atau konfigurasi yang dikenal sebagai prinsip Kesamaan. Komponen individual dapat digunakan untuk membentuk representasi visual yang terpadu. Kemiripan di antara beberapa elemen dapat terwujud dalam bentuk, warna, ukuran, tekstur, atau nilainya. Secara logis, kesatuan tercapai ketika setiap bagian menunjukkan tingkat kesamaan yang lebih tinggi.

Seni Pop seperti kaleng sup Campbell karya Andy Warhol yang diulang dengan variasi warna menggunakan konsep ini. Karya seni tersebut terdiri dari berbagai objek terpisah, namun menampilkan dirinya sebagai satu kesatuan yang kohesif karena karakteristik yang sama di antara semua foto. Saat menghasilkan karya seni, gambar, desain, dan foto, sangat penting untuk menghindari elemen yang tidak direncanakan atau acak. Semua bagian saling terhubung dan harus diposisikan secara strategis, dengan mempertimbangkan bahwa mata kita secara alami mencari koneksi.



Gambar 9.11 Kontras Dan Arah Pandang: Aksen Paprika Merah Sebagai Titik Fokus.

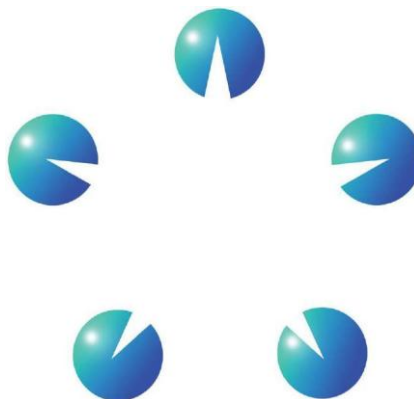
5. Kelanjutan

Seniman komersial dapat menggunakan prinsip kesamaan untuk memfokuskan perhatian pada sesuatu yang berbeda dalam tata letak. Dalam deretan artichoke hijau, pemirsa akan mengharapkan gambar terakhir sama dengan yang pertama, tetapi dengan menggantinya dengan paprika merah, pemirsa akan mengabaikan artichoke dan fokus pada paprika. Penjajaran adalah teknik di mana dua atau lebih elemen yang tidak serupa ditempatkan berdekatan untuk menekankan perbedaan mereka dan membangkitkan respons emosional.



Gambar 9.12 Abstraksi Huruf 'A': Gestalt Dan Arah Pandang Melalui Palang Gaya.

Menurut prinsip kontinuitas, individu memiliki kecenderungan bawaan untuk mencari pola dan garis yang berulang. Elemen yang disusun secara linier atau melengkung diyakini memiliki koneksi yang lebih kuat dibandingkan dengan elemen yang tidak disusun dengan cara ini. Otak manusia menunjukkan peningkatan pemrosesan kognitif ketika disajikan dengan bentuk dan garis kontinu dibandingkan dengan yang terfragmentasi.



Gambar 9.13 Prinsip *Closure*: Persepsi Bentuk Bintang Melalui Ruang Negatif.

Misalnya, ketika dua garis berpotongan, persepsi kita adalah dua garis yang tidak terputus saling bersilangan, bukan dua garis berbeda yang bertemu di satu titik. Orientasi garis menentukan jalur yang akan diikuti mata kita. Jika kita mendesain palang huruf "A" sebagai garis tebal ke tipis yang mengalir, itu menciptakan jalur mata virtual, yang mengarahkan pandangan pengamat ke ujung garis. Seorang seniman komersial akan menggunakan jalur, garis, atau kurva untuk menarik mata pemirsa ke arah tertentu.

6. Penutupan

Fenomena psikologis yang dikenal sebagai Penutupan adalah kecenderungan kita untuk menutup garis dan objek yang sebenarnya tidak tertutup. Ketika suatu objek tidak lengkap atau menggunakan ruang positif dan negatif sehingga tidak sepenuhnya tertutup, orang melihat keseluruhan dengan mengisi bagian yang hilang. Orang cenderung menciptakan objek yang lengkap dengan mengisi celah ketika bagian-bagian hilang dalam gambar visual. Ini adalah konsep yang ampuh bagi seniman grafis. Alih-alih menunjukkan setiap bagian dari logo,

desain dapat menjadi lebih menarik dan mudah diingat dengan tidak menunjukkan setiap bagian yang menghasilkan pembentukan gambar tunggal yang berkelanjutan. Ketika seorang seniman grafis menggunakan prinsip Gestalt dengan UI (antarmuka pengguna), desain tersebut menciptakan komposisi yang menarik secara visual dan mudah dipahami.



Gambar 9.14

Rincian: Menggabungkan dua gambar Firefly dengan Photoshop dan melakukan retouching untuk efek tertentu. Menggunakan clipping path dan mask. Prinsip Gestalt apa yang digunakan untuk desain visual ini? Secara keseluruhan, desainer grafis yang dapat memahami teori Gestalt akan menciptakan tata letak yang efektif dan menarik. Dengan mengatur elemen-elemen sesuai dengan enam prinsip dasar Gestalt, pemirsa dapat dengan mudah memahami dan mengidentifikasi bagian-bagian penting dari sebuah pesan.

Learning Library Exercise — Logo designers

Lakukan riset tentang tiga dari lima desainer logo yang disebutkan dalam Bab Enam. Pilih dua hingga tiga tangkapan layar karya mereka dan buat pernyataan singkat untuk masing-masing menggunakan terminologi desain untuk menjelaskan alasan di balik pilihan Anda. Pastikan penjelasan Anda mencakup identitas seniman grafis tersebut. Atur foto Anda pada halaman InDesign terpisah untuk setiap desainer logo dan sisipkan teks di bawah setiap gambar.

Untuk mengambil tangkapan layar di Mac, ikuti langkah-langkah berikut: Tahan shift-option-4 dan seret kursor Anda di atas gambar yang akan Anda sertakan dalam laporan Anda. Untuk mengambil tangkapan layar di PC, ikuti langkah-langkah berikut: Tekan tombol logo Windows ditambah Shift + S. Tekan print screen (PrtSc). Untuk mengambil tangkapan layar di perangkat seluler, ikuti langkah-langkah berikut: Tahan tombol 'Power' dan 'Volume Down'. Perangkat mungkin berbeda, jadi jika Anda mengalami masalah, lakukan pencarian di internet untuk perangkat spesifik Anda.

BAB 10

DESAIN BERULANG

10.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam bab ini, siswa akan mampu mengkarakterisasi gerakan seni dan desain historis. Mereka akan mampu menguraikan seni komersial awal. Pembaca akan mampu mensimulasikan Art Nouveau dan Art Deco.

Istilah Profesional

Katalog:	Publikasi yang mencantumkan produk untuk dijual.
Karakter:	Huruf-huruf yang membentuk jenis huruf.
Budaya:	Meliputi kepercayaan kolektif, kebiasaan, barang, dan ciri-ciri lain dari suatu kelompok.
Halftone:	Layar gambar skala abu-abu untuk reproduksi.
Hand-lettering:	Tipografi yang digambar untuk desain unik dan dekoratif.
Impresionisme:	Gaya lukisan Prancis tahun 1860-an yang menekankan cahaya dan warna.
Industrialisasi:	Ketika suatu ekonomi beralih dari pertanian ke manufaktur.
Litografi:	Gambar di atas batu kapur menggunakan pensil yang dilumasi minyak.
Pola:	Susunan dekorasi atau ornamen yang berulang dalam desain.
Majalah:	Publikasi yang diterbitkan secara berkala.
Piktogram:	Gambar dari suatu citra.
Gaya:	Teknik seniman, termasuk warna, bentuk, dan komposisi.
Tekstur:	Kualitas taktil yang menciptakan sensasi konsistensi pada permukaan.
Vintage:	Menunjukkan atau berkaitan dengan sesuatu yang berkualitas dari masa lalu.



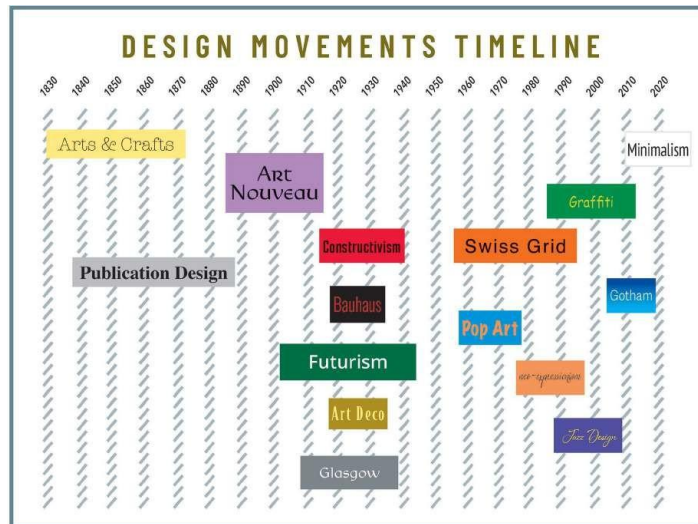
Gambar 10.1 Perpaduan Dunia Lama & Baru: Kolaborasi Adobe Firefly AI Dan Photoshop.

10.2 LEBIH DARI SEKADAR OPINI

Munculnya era industri baru menciptakan kebutuhan akan keahlian desain yang sesungguhnya, bukan hanya sekadar menempatkan informasi di suatu tempat. Sejarah panjang desain grafis telah sejalan dengan transformasi teknologi dan sosial yang signifikan dalam masyarakat Barat, dan reaksi para filsuf, seniman, dan desainer terhadap perubahan-perubahan ini. Transformasi kunci dalam budaya mencakup pendidikan, organisasi sosial, teknologi, dan gaya hidup. Peningkatan tingkat membaca, penurunan biaya produksi, dan

peningkatan pendapatan iklan menyebabkan pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah surat kabar dan majalah. Di Amerika Serikat dari tahun 1830 hingga 1860, publikasi meningkat dari 800 menjadi 5.000 yang menandai awal strategi desain. Desain grafis harus secara signifikan menyampaikan daya tarik produk untuk meningkatkan konsumsi yang memunculkan studi seni komersial.

10.3 GERAKAN DESAIN

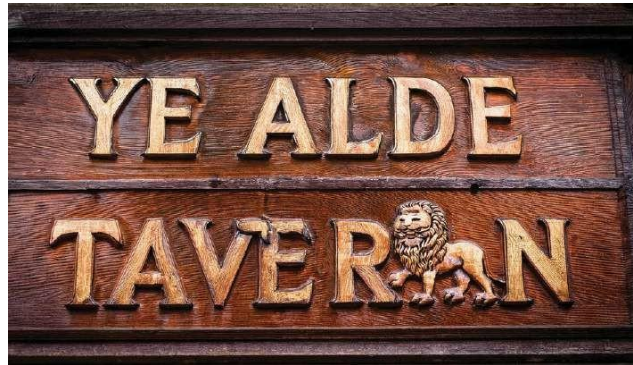


Gambar 10.2 Kronologi Gerakan Seni & Desain: Periode Utama Dan Minor.

Sebelum Revolusi Industri, para pencetak mendesain iklan dan kemasan dengan menggunakan sedikit huruf dan piktogram. Teknologi mengubah masyarakat dan seni secara besar-besaran dengan munculnya produk yang diproduksi massal dan mesin cetak berkualitas. Namun, desain pemasaran bervariasi dan tidak efektif. Kebutuhan untuk memasok produk kepada masyarakat konsumen mencapai puncaknya pada tahun 1856 ketika Owen Jones, seorang arsitek dan desainer, menghasilkan katalog besar berisi pola, gaya, dan dekorasi yang digunakan untuk meningkatkan estetika kemasan yang dibuat dengan buruk. Sebuah profesi baru tercipta—seniman komersial. Kemampuan menggambar huruf dan gambar bukanlah keterampilan yang dimiliki oleh sebagian besar pencetak yang hanya menebak-nebak cara mengisi ruang. Agensi iklan pada awal tahun 1800-an tidak mendesain iklan—mereka membeli ruang untuk klien mereka. Produsen mulai mencari seniman komersial yang sukses.

Seniman komersial belajar untuk menonjol dan menarik perhatian konsumen dengan solusi kreatif. Tak lama kemudian, iklan dengan gambar dan huruf yang indah menjadi norma sehingga seniman komersial membutuhkan inspirasi. Mereka mulai belajar dan tidak hanya menebak-nebak teknik untuk menarik konsumen potensial. Seniman komersial menggunakan lukisan dengan tipografi pada tahun 1880-an untuk menjual produk, yang kemudian mengarah pada studi tentang seni, elemen-elemennya, dan gerakan-gerakannya. Seorang desainer yang hanya menggunakan apa yang mereka lihat dalam kehidupan sehari-hari membatasi solusi kreatif mereka.

Memahami sejarah gerakan seni memungkinkan seniman grafis untuk menggunakan gaya dalam proyek modern. Meskipun bab ini membahas sejarah seni, bab ini ditujukan bagi seniman grafis untuk memahami di mana, mengapa, dan kapan menggunakan teknik visual dalam desain kreatif mereka. Seni ditemukan dalam gerakan global, dengan pengaruh dari berbagai budaya, seperti seni Mesir, Aztec, dan Asia. Perpaduan budaya ini menginspirasi desainer grafis modern untuk menggabungkan berbagai pengaruh, menghasilkan keluaran desain yang kaya dan beragam.



Gambar 10.3 Papan Kayu 'Ye Alde Tavern', Kedai Inggris Kuno Berlogo Singa Karya Firefly

10.4 GAYA DESAIN GRAFIS AWAL

Sebelum adanya iklan, surat kabar menghasilkan pendapatan dengan menerbitkan berita dan rumor. Pada awal tahun 1700-an, para pencetak menemukan sumber pendapatan baru dengan menjual ruang iklan di publikasi mereka yang ditujukan kepada konsumen. Iklan dan desain kemasan produk terbatas pada banyak jenis huruf yang digambar tangan dan jenis huruf yang diselingi dengan batas dan tipografi yang sangat dekoratif. Gaya desain Victoria ini menggunakan tata letak terpusat untuk simetri dan garis yang mengalir karena komposisinya dibuat dengan tangan. Desain grafis dan fotografi telah terkait erat sejak upaya paling awal untuk menggunakan kamera untuk mengambil gambar dan desainer untuk menggunakan gambar tersebut dalam sebuah desain. Pencetak litografi Joseph Niepce menciptakan foto pertama pada tahun 1826. Ia mulai mempelajari fotografi dengan mencoba menemukan cara untuk secara otomatis mentransfer desain ke pelat cetak. Strategi menggambar gambar ke litografi untuk dicetak dalam sebuah desain menarik pelanggan selama beberapa dekade.

Sepanjang tahun 1800-an, kemajuan dalam teknologi fotografi terus berkembang, yang berpuncak pada kemampuan untuk mengintegrasikan proses fotografi dengan pencetakan. New York Daily Graphic membuat sejarah pada tahun 1880 dengan menerbitkan reproduksi pertama dari sebuah gambar yang menampilkan seluruh spektrum nilai. Gambar tersebut direproduksi menggunakan layar halftone yang memecah gambar menjadi serangkaian titik-titik kecil, dengan ukuran yang berbeda menghasilkan gradasi tonal mulai dari kertas putih sepenuhnya hingga tinta hitam sepenuhnya.



Gambar 10.4 Fotografi Mengubah Dunia Seperti Yang Kita Lihat.

Rincian: Petunjuk Firefly: buat jalan kota bernuansa sepie tahun 1800-an. Digabungkan dengan gambar stok Adobe dari kamera lama di Photoshop.

10.5 GERAKAN SENI DAN KERAJINAN

Sebagai tanggapan terhadap melimpahnya barang-barang produksi massal selama Revolusi Industri pertengahan tahun 1850-an, gerakan desain Seni dan Kerajinan Inggris tumbuh dari seni dekoratif era Victoria. Desain gerakan ini mengatur ruang secara asimetris, berdasarkan tujuan penggunaannya.

Pada saat itu, ide ini belum pernah terdengar karena model desain yang berlaku menyerukan tata letak kotak dengan keseimbangan simetris. Di garis depan gerakan ini adalah William Morris, yang menganjurkan desain kemasan berkualitas tinggi yang terdiri dari proporsi ruang yang bertujuan dan kontrol yang cermat terhadap ukuran huruf, pemilihan huruf, dan margin, yang meningkatkan penjualan produk produksi massal. Sebagian besar, gerakan Seni dan Kerajinan tidak mempromosikan gaya tertentu, tetapi mereformasi filosofi desain grafis.

Seniman komersial yang ingin memberikan nuansa retro pada desain mereka dapat menggunakan gaya Victoria dan Arts and Crafts dalam solusi mereka. Dengan menambahkan tekstur dan tipografi bebas, desainer dapat menarik konsumen yang bernostalgia.

10.6 GERAKAN ART NOUVEAU



Gambar 10.5 Contoh Poster Art Nouveau Yang Dibuat Dengan Adobe Illustrator.

Art Nouveau, yang diterjemahkan sebagai Seni Baru, adalah gaya desain yang tidak konvensional yang muncul di Prancis pada akhir tahun 1800-an. Desain dekoratif ini, yang dicirikan oleh gaya sensual dan kombinasi bentuk geometris dan alami yang mengalir dengan kontur yang agak bersudut, sebagian dipengaruhi oleh pola linier yang ditemukan dalam cetakan Jepang.

Gaya desain organik ini dengan cepat mendapatkan popularitas di Eropa Barat dan AS antara tahun 1890 dan Perang Dunia I. Pada tahun 1890, Amerika Serikat terpapar Art Nouveau melalui distribusi majalah Harper yang diimpor dari Prancis dan Inggris. Eugene Grasset menciptakan desain sampul untuk beberapa edisi, menampilkan gambar-gambarnya yang sering menggambarkan wanita dalam gaya Art Nouveau.



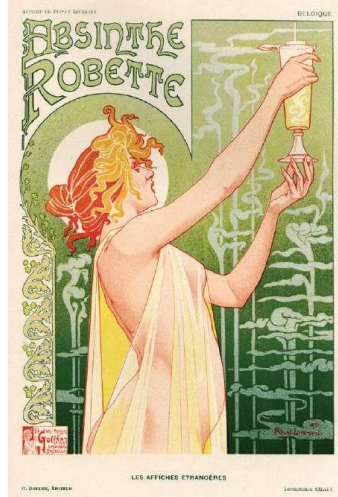
Gambar 10.6 Bingkai Desain Art Nouveau Koleksi Adobe Stock

Art Nouveau berupaya memodernisasi desain dengan menjauh dari berbagai gaya historis yang sebelumnya populer. Para seniman mendapatkan inspirasi dari bentuk organik dan geometris, mengembangkan karya-karya canggih yang menggabungkan bentuk-bentuk alami yang mengalir dengan garis luar yang lebih tajam dan bersudut. Gerakan ini mengubah pandangan konvensional tentang seni, yang menganggap seni liberal, seperti lukisan dan patung, lebih unggul daripada seni dekoratif yang berbasis pada keterampilan tangan. Dunia seni menyadari bahwa seni komersial lebih dari sekadar ornamen buatan tangan.

Desainer grafis modern terinspirasi oleh pola-pola kompleks, bentuk organik, dan garis-garis mengalir dari gerakan ini untuk menghasilkan karya-karya yang memikat secara visual yang menarik dan mempertahankan perhatian pemirsa. Art Nouveau merevolusi desain tipografi dengan meninggalkan font serif konvensional dan merangkul gaya yang lebih ekspresif dan ornamental. Karakter tulisan tangan mengalir bebas untuk melengkapi karya seni yang telah dimasukkan ke dalam desain kontemporer. Dengan merangkul material dan teknologi kontemporer, Art Nouveau memperluas desain poster. Hal ini seharusnya memotivasi para seniman grafis kontemporer untuk bereksperimen dan menggunakan teknologi canggih, seperti perangkat digital, kecerdasan buatan, dan perangkat lunak, untuk menghasilkan desain yang berkesan.

Seniman komersial menggunakan variasi modern dari gaya Art Nouveau untuk menggambarkan ide-ide fantastis dan romantis. Gaya ini mungkin memiliki tampilan kuno, yang mendorong seniman grafis untuk memodifikasi palet warna dan karya seni mereka guna mengurangi karakteristik ini. Jenis huruf Art Nouveau seringkali bersifat ornamen,

menampilkan ujung goresan yang berornamen, palang miring, dan kadang-kadang, huruf kapital yang rumit. Font Bocklin digunakan dalam desain album rock 'n' roll klasik dan P22 Art Nouveau menangkap kepekaan Art Nouveau.



Gambar 10.7 Contoh Poster Art Nouveau Historis Dari Adobe Stock.

Ciri-ciri utama desain Art Nouveau

Gambaran Umum:	Ditandai dengan bentuknya yang cair dan organik serta detail yang rumit, Art Nouveau berupaya untuk menyimpang dari gaya historis dan membangun estetika baru dan kontemporer dengan menggabungkan seni dan kerajinan. Art Nouveau berusaha untuk mengangkat seni grafis ke status seni rupa dengan menekankan individualitas dan kesenian.
Signifikansi:	Bentuk organik, garis lengkung, dan motif dari tumbuhan, bunga, dan hewan dimasukkan oleh para seniman ke dalam "gerakan seni baru." Dengan tujuan untuk membangun kembali rasa harmoni dan keindahan dalam masyarakat yang semakin terindustrialisasi dan mekanis, alam ditekankan. Dalam desainnya yang memikat, Art Nouveau merangkul asimetri, yang menyimpang dari simetri ketat gaya awal tahun 1800-an.
Tren:	Muncul pada awal tahun 1890-an.
Asal Usul:	Dimulai di Brussels tetapi berkembang pesat di Paris.
Tokoh yang Mempengaruhi:	Paul Gauguin, Aubrey Beardsley, dan Henri de Toulouse-Lautrec.
Ciri-ciri:	Penggunaan garis-garis berliku dan melengkung yang menyerupai gerakan bentuk alami, seperti gelombang atau vegetasi. Menggabungkan elemen-elemen dari dunia alami, seperti daun, bunga, tanaman merambat, dan pohon. Bentuk-bentuknya sering kali bergaya, namun tetap dapat dikenali. Gayanya sangat ornamental dan menampilkan pola-pola yang rumit. Font digambar tangan agar strukturnya longgar dan membulat.
Daya Tarik:	Kualitas fluiditas, keanggunan, dan gerakan yang biasanya mengarahkan pandangan penonton dengan mulus ke seluruh gambar. Produksi:



Menggunakan warna-warna lembut dan alami seperti hijau, biru, kuning, coklat, dan emas yang lembut, termasuk gradasi warna yang lembut dan progresif.

10.7 GERAKAN KONSTRUKTIVISME



Gambar 10.8 Contoh Desain Konstruktivisme Dengan Adobe Illustrator.

Dimulai sekitar tahun 1913, gerakan ini muncul sebagai gaya desain paling menonjol setelah Revolusi Rusia melawan otokrasi Tsar pada tahun 1917. Banyak seniman grafis Rusia, untuk mendukung revolusi komunis baru, menggabungkan propaganda politik dan iklan komersial ke dalam gaya konstruktivisme, menciptakan poster dan kemasan yang bertujuan untuk menarik pembeli ke produk-produk negara. Ini adalah gerakan radikal dan berpengaruh yang berupaya menyelaraskan seni dengan tujuan masyarakat sosialis baru, menekankan penciptaan seni untuk tujuan sosial daripada untuk ekspresi individu. Iklan konstruktivisme menjadi sarana bagi seniman, penyair, dan lainnya untuk memajukan tujuan masyarakat Soviet. Orang-orang memandang bentuk seni tradisional seperti lukisan dan desain sebagai elitis dan terputus dari kebutuhan masyarakat. Sebagai tanggapan, konstruktivisme menggunakan bentuk abstrak, geometris, dan bentuk sederhana seperti persegi, lingkaran, dan garis untuk menciptakan komposisi yang dinamis dan menekankan tatanan sosial industri baru. Gaya ini dicirikan oleh gambar fotomontase, tipografi yang kuat, dan tata letak yang inovatif.

Pendekatan desain konstruktivisme menginspirasi para desainer grafis kontemporer. Konstruktivisme menggunakan warna untuk membangkitkan emosi yang menghasilkan tata letak visual yang mudah diingat. Ini adalah sumber inspirasi bagi seniman grafis yang terlibat dalam keadilan sosial atau aktivisme. Mereka menggunakan poster, media digital, dan iklan untuk mengadvokasi berbagai isu seperti hak asasi manusia, kesetaraan, dan perubahan iklim.

Desain iklan kampanye politik modern dan promosi pra-rilis film, seperti iklan teaser Star Wars, telah sangat dipengaruhi oleh bahasa visual yang kuat dari propaganda Konstruktivis. Keluarga font seperti Akzidenz-Grotesk, Acumin, dan Retro Bold didasarkan pada font Konstruktivisme.

Dengan menggabungkan elemen abstrak dengan fotografi, para konstruktivis memelopori fotomontase. Desainer grafis digital menggabungkan gambar dengan bentuk



grafis, teks, dan corak warna, yang mirip dengan poster Konstruktivis. Para seniman grafis menggunakan efek kolase yang serupa dan menggabungkan fotografi dan tekstur grafis untuk menghasilkan komposisi media campuran berlapis-lapis.

Ciri-ciri utama desain Konstruktivisme

Gambaran Umum:	Desain grafis Konstruktivisme mengintegrasikan seni dan propaganda, berfungsi sebagai instrumen yang ampuh untuk aktivisme politik. Gaya ini menggunakan bentuk geometris yang sederhana dan material yang bersahaja untuk menciptakan kekakuan sudut, sehingga menyampaikan kesan dinamisme dan gerakan. Gaya ini menolak dekorasi yang berlebihan.
Signifikansi:	Bahasa visual inovatif yang dikembangkan untuk tujuan perubahan sosial dan propaganda. Secara khusus, warna dominan, merah, menjadi lambang sosialisme, buruh, dan revolusi, sering mendominasi karya seni dan poster pada era tersebut.
Tren:	Hasil dari revolusi komunis 1917.
Asal:	Di Rusia/Uni Soviet.
Tokoh-tokoh berpengaruh:	Vladimir Tatlin, Pablo Picasso, dan El Lissitzky.
Ciri-ciri:	Bentuk geometris, digambar dengan jangka dan penggaris, menampilkan garis diagonal yang kuat. Warna merah, hitam, putih, dan kuning digunakan dalam kontras yang mencolok dengan jenis huruf sans-serif tebal yang menyampaikan otoritas dan urgensi.
Daya tarik:	Desain mentah dan fungsional dengan keseimbangan asimetris di mana elemen-elemen tampak bergerak menciptakan ketegangan dan energi.
Produksi:	Foto dan elemen grafis sering dikombinasikan di atas kertas putih untuk membangun narasi yang menarik, yang sering dicapai dengan menggunakan warna tinta terbatas. Poster, pamflet, dan materi cetak lainnya diproduksi secara massal untuk menyebarkan pesan politik kepada khalayak seluas mungkin.

10.8 GERAKAN ART DECO



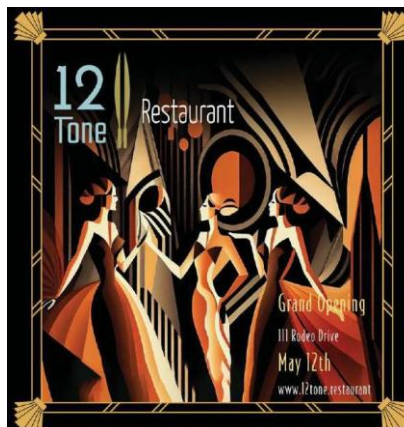
Gambar 10.9 Header Halaman Arahkan Situs Web.

Rincian: Latar belakang gaya Art Deco modern Adobe Stock dengan font Bodega Sans

dan desain refleksi ditambahkan melalui InDesign. Dari tahun 1920 hingga akhir tahun 1930-an, para seniman grafis mencari bentuk ekspresi baru yang mencerminkan semangat inovatif zaman itu. Pendekatan ini, yang kemudian berkembang menjadi gaya Art Deco, mencerminkan teknologi modern. Gaya ini dicirikan oleh garis-garis halus, perspektif, bentuk, dan warna-warna cerah, terkadang mencolok. Pola-pola tersebut didasarkan pada bentuk geometris dengan desain dari teknologi seperti penerbangan, radio, dan gedung pencakar langit, dan mencakup pola chevron, pola bertingkat, kurva melengkung, dan hiasan berbentuk matahari. Art Deco menyederhanakan tata letak dengan struktur trapesium dan segitiga simetris.



Gambar 10.10 Contoh Iklan Surat Kabar Art Deco Bersejarah Dari Adobe Stock



Gambar 10.11 Konsep Media Sosial Restoran Mewah

Rincian: Gambar modern Adobe Stock dengan bingkai Art Deco yang ditambahkan di Photoshop untuk menciptakan gaya yang canggih pada gambar. Dengan menggunakan warna, kontras gambar, dan tipografi gaya Art Deco, para desainer grafis menciptakan komposisi futuristik. Beberapa contoh yang digunakan dalam pemasaran film-film terbaru di industri hiburan adalah Green Lantern dan Rocketeer. Jenis huruf dari periode Art Deco menyampaikan kesan modern, canggih, khas, dan dekoratif. Jenis huruf ini masih populer hingga saat ini, terutama dalam desain yang membangkitkan nuansa vintage atau klasik sambil tetap mempertahankan sentuhan kontemporer.



Gambar 10.12 Kemasan Rocketeer Art Deco (Nintendo)

Desainer grafis modern memanipulasi gaya Art Deco yang mencerminkan kemewahan dan mode dunia lama untuk menciptakan tata letak visual yang terasa segar dan relevan. Garis-garis ramping dan simetri gaya Art Deco dapat menciptakan visual yang elegan bagi konsumen. Gaya ini serbaguna dan juga dapat menambahkan komponen futuristik atau teknologi pada desain. Penggunaan material yang mewah, detail yang rumit, dan desain yang berani membangkitkan perasaan kemewahan yang tetap sangat diinginkan dalam pemasaran kontemporer, seperti hotel mewah, teater mahal, dan apartemen mewah. Penggunaan gaya Art Deco yang berkelanjutan disebabkan oleh kombinasi daya tarik estetikanya, signifikansi historisnya, dan kemampuan adaptasinya, yang tetap relevan di lingkungan modern.

Art Deco memperkenalkan gaya tipografi baru yang menggunakan font sans-serif ramping dengan bentuk dan garis geometris. Jenis huruf ini memiliki garis x tinggi dan rendah dengan bentuk karakter diagonal dan segitiga. Font huruf yang sangat bergaya dan memanjang seperti Bodega Sans, Broadway, Metropolis digunakan dalam branding dan kemasan mewah di mana rasa elegan dan kecanggihan vintage diinginkan.

Saat ini dalam ilustrasi grafis, desainer menggunakan bentuk yang disederhanakan dan memanjang untuk menciptakan komposisi modern yang elegan yang mirip dengan bentuk ramping dan aerodinamis Art Deco. Desain modern sering menggabungkan pola yang rumit, foil metalik, dan tipografi ramping yang mengingatkan pada periode Art Deco. Sama seperti penggunaan warna Art Deco, seniman grafis sering mendesain untuk tinta metalik seperti emas dan perak serta kombinasi warna yang kaya seperti merah tua, biru, hijau.

Ciri-ciri utama desain Art Deco

Gambaran Umum:	Desain grafis modern masih dipengaruhi oleh perpaduan abadi Art Deco antara modernitas, kemewahan, dan estetika geometris yang berani. Bentuk ramping objek tersebut memancarkan kemewahan dan kecanggihan, sementara bentuknya yang berani dan garis-garis yang kuat mempertahankan kesan elegan dan kehalusan.
Signifikansi:	Gerakan ini memperkenalkan perasaan inovatif akan keanggunan dan kecanggihan pada desain melalui penggunaan bentuk geometris dan warna-



	warna cerah. Desain grafis Art Deco mempromosikan tipografi yang disesuaikan dan gambar yang disederhanakan, yang menjadi bagian integral dari desain grafis modern.
Tren:	Pada puncaknya dari tahun 1920-an hingga 1930-an.
Asal Usul:	Beberapa elemen gaya berasal dari Prancis, tetapi sebagian besar gerakan ini berkembang di Eropa dan Amerika Serikat.
Tokoh yang Mempengaruhi:	Romain de Tiroff, Le Corbusier, dan Tamara de Lempick
Karakteristik:	Didefinisikan oleh penggunaan bentuk geometris yang berani seperti motif sinar matahari yang mudah dikenali, zig-zag, chevron, segitiga, dan trapesium, gaya ini menekankan simetri, keseimbangan, dan pengulangan pola geometris untuk tampilan yang rapi dan terorganisir. Gerakan ini mengutamakan ornamen yang mewah, termasuk pola yang rumit, panel pahatan, dan friezes yang detail. Menggunakan jenis huruf sans-serif geometris yang berani.
Daya tarik:	Penekanan vertikal dan tata letak simetris sering dimasukkan ke dalam garis-garis yang jelas dan estetika modern gerakan ini. Hiasan dekoratif terkadang digunakan untuk menjaga keseimbangan antara modernitas dan keanggunan.
Produksi:	Tinta metalik dan kertas dicetak dengan jenis huruf hitam pekat dan berwarna terang.

10.9 GERAKAN DESAIN SWISS

Seniman grafis Swiss mempelopori pengembangan gaya tata letak grid yang sangat berpengaruh yang ditiru dengan pengaturan terstruktur dari jenis huruf sans serif yang tidak rata. Grid membagi halaman menjadi area teks, fotomontase, dan ruang yang menciptakan kontras dengan skala. Para desainer grafis inovatif ini memandang desain sebagai komponen integral dari manufaktur industri dan berupaya mencapai komunikasi visual yang impersonal dan objektif.

Mereka memilih gambar fotografi daripada ilustrasi dan memilih jenis huruf yang tampak industrial daripada jenis huruf yang khusus ditujukan untuk buku yang bebas dari gangguan ornamen dekorasi.

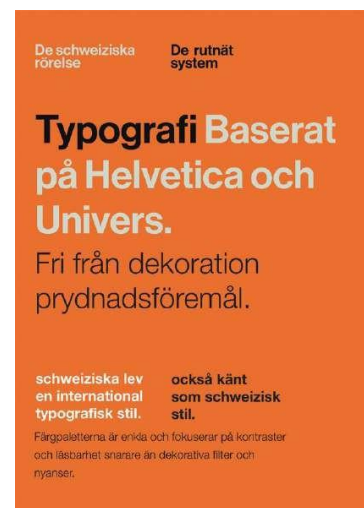


Gambar 10.13 Desain Gaya Swiss: Sans Serif, Palet Terbatas, Dan Grid

Sekitar tahun 1946, gaya grid dikembangkan oleh para desainer Swiss yang menjunjung tinggi kesederhanaan fungsional. Grid matematis ini muncul sebagai metode yang mudah dipahami dan harmonis untuk mengatur data dan dianggap sebagai fitur paling khas dari Desain Swiss.



Gambar 10.14a



Gambar 10.14b

Grid memberikan struktur dan konsistensi, memungkinkan para desainer untuk menciptakan komposisi yang terorganisir dan seimbang. Grid membantu menyelaraskan teks dan gambar, memastikan tata letak yang jelas dan logis.

Meskipun grid memberikan struktur, Desain Swiss sering menggunakan tata letak asimetris untuk menciptakan komposisi yang dinamis dan menarik. Pendekatan desain ini kontras dengan keseimbangan simetris tradisional dengan menggunakan nuansa ruang dan elemen kontemporer. Metode modern ini adalah pengorganisasian elemen pada grid tak terlihat untuk mencapai kesatuan visual.

Desain Swiss lebih menyukai jenis huruf sans-serif karena kesederhanaan dan keterbacaannya. Pada tahun 1957, jenis huruf Helvetica dan Univers dikembangkan untuk memberikan penekanan kuat pada informasi yang bersih, sederhana, dan mudah dibaca, yang telah dibawa ke desain modern, memengaruhi segala hal mulai dari aplikasi internet hingga



media cetak. Tipografi diatur rata kiri, tidak rata kanan untuk keterbacaan dan tanpa spasi antar kata yang canggung.

Palet warna sederhana dan berfokus pada kontras dan keterbacaan daripada filter dan gradasi dekoratif. Hitam, putih, dan nuansa abu-abu umum digunakan, dengan penggunaan warna primer yang berani sesekali. Fotografi dan gambar objektif digunakan untuk menyampaikan informasi secara realistis, menyaring propaganda dan klaim berlebihan dari iklan komersial. Bentuk geometris, seperti lingkaran, persegi, dan garis, juga sering digunakan untuk menciptakan komposisi yang menarik secara visual dan logis.

Pendekatan desain Swiss sangat mirip dengan gaya minimalis yang populer di tahun 2010-an yang lebih mengutamakan kesederhanaan dan fungsionalitas daripada ornamen. Minimalisme ini terlihat jelas dalam banyak desain kontemporer, mulai dari logo dan branding hingga antarmuka pengguna dan desain produk. Kombinasi gaya huruf dan spasi yang bersih dan ringkas secara struktural ini umum digunakan dalam branding perusahaan. Tampilannya yang sederhana dan elegan cocok untuk berbagai aplikasi seperti brosur dan katalog, atau situs web di mana grid menyajikan format yang mudah dibaca untuk menyederhanakan informasi yang memfokuskan konsumen pada produk.

Ciri-ciri utama desain Swiss

Gambaran Umum:	Tipografi dan desain Swiss merupakan gerakan desain abad ke-20 yang signifikan. Ruang kosong sangat penting untuk kejelasan. Mengisolasi elemen menyoroti signifikansinya tanpa menciptakan kekacauan. Ruang kosong meningkatkan keterbacaan dan penekanan teks.
Signifikansi:	Inti dari desain ini adalah tata letak grid untuk memprioritaskan komunikasi dan tipografi sans serif yang dipilih karena kualitasnya yang modern dan mudah dibaca, seringkali ditempatkan secara asimetris, menciptakan komposisi yang dinamis namun seimbang.
Tren:	Muncul pada tahun 1940-an dan 1950-an.
Asal:	Swiss dan Jerman.
Influencer:	Max Miedinger, Joseph Mueller-Brockmann, HR Giger, dan Adrian Frutiger.
Ciri-ciri:	Desain menggunakan skema warna yang sederhana namun menarik untuk menjamin kejelasan dan koherensi, seringkali menampilkan kontras yang kuat untuk meningkatkan dampak visual.
Daya Tarik:	Disederhanakan dengan menghilangkan komponen yang tidak perlu seperti aksesoris ornamen sehingga setiap bagian fungsional untuk pemahaman yang mudah. Pendekatan ini menekankan struktur netral yang kuat untuk mengatur konten, menghasilkan alur visual.
Produksi:	Biasanya, tinta hitam dengan area warna yang luas dicetak di atas kertas putih.

Gerakan Pop Art



Gambar 10.16 Komik Gaya Roy Lichtenstein Dari Adobe Stock

Pop Art secara luas dianggap sebagai salah satu gaya seni grafis paling berpengaruh di Amerika Serikat. Gerakan ini mengkomersialkan selebriti, materialisme, dan barang-barang sehari-hari serta memperlakukan subjek-subjek ini sebagai seni rupa. Gerakan ini menjadikan barang-barang biasa menjadi tren, mengubah produksi massal menjadi replikasi media, dan menciptakan kembali konsep komersialisasi. Pada tahun 1960-an, gerakan seni ini semakin terkenal. Ironi dan satire sering digunakan dalam Pop Art untuk mengomentari dan mengkritik aspek-aspek yang dangkal dan komersial dari budaya modern. Beberapa seniman Pop Art menciptakan karya mereka menggunakan teknik produksi massal seperti sablon untuk secara akurat mencerminkan kualitas produk yang diproduksi secara massal. Penggambaran kaleng sup Campbell dan Marilyn Monroe oleh seniman Pop Art Andy Warhol adalah contoh Pop Art yang terkenal dan ikonik. Meskipun Warhol dikenal sebagai seniman rupa, ia dididik dalam desain bergambar di Carnegie Institute of Technology. Ia bekerja sebagai ilustrator komersial untuk publikasi seperti Harper's Bazaar dan majalah Glamour, serta sebagai seniman grafis untuk Vogue.

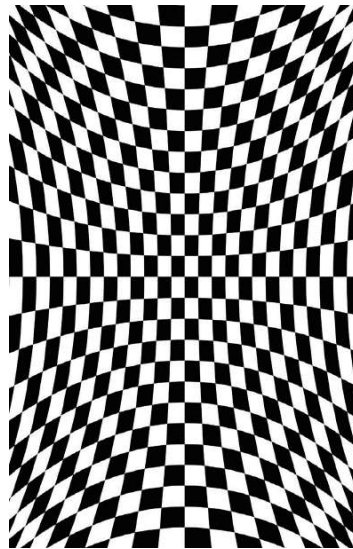


Gambar 10.17 Kartu Pop Art Via Firefly, Illustrator, Indesign, & Photoshop

Pop Art pada tahun 1960-an adalah gaya yang berani, bersemangat, dan riang yang diciptakan oleh tokoh-tokoh menarik seperti seniman Roy Lichtenstein. Seni komik stripnya didasarkan pada ilustrasi buku komik. Peter Max membawa gaya yang berbeda ke Pop Art dengan gambar-gambar yang mengalir bebas dan warna-warna yang memukau. Hampir setiap desainer, arsitek, atau individu kreatif telah terpengaruh oleh karya-karya agung yang unik,

bersemangat, dan hidup ini. Saat ini, pendekatan grafis ini digunakan dalam poster film, desain tato, serial TV animasi, dan kampanye pemasaran yang menargetkan konotasi budaya. Ada banyak jenis huruf bergaya Pop Art. Blambot, Comicraft, dan CC Biff Bam Boom, dan sebagian besar di antaranya menyenangkan. Mereka memiliki energi dan menarik perhatian.

Ciri-ciri utama desain Pop Art



Gambar 10.18 Pop Art Geometris Dan Imajinatif Dari Adobe Stock

Gambaran Umum:	Seni pop mengambil inspirasi dari objek-objek buatan sehari-hari, seperti iklan, komik, kemasan, tokoh publik, dan multimedia. Seniman grafis pop menafsirkan ulang citra yang mudah dikenali ini dalam karya seni mereka sendiri dengan unsur humor, parodi, dan keceriaan. Budaya selebriti merupakan tema utama dan menjadi simbol tren budaya yang lebih luas, seperti ketenaran, kekuasaan, dan komodifikasi.
Signifikansi:	Menantang perbedaan konvensional antara seni rupa dan budaya populer dengan mengubah barang-barang biasa dan visual komersial menjadi karya seni.
Tren:	Gerakan ini berasal dari tahun 1950-an dan mendapatkan popularitas pada tahun 1960-an.
Asal Usul:	Dimulai di Inggris Raya dan mendapatkan popularitas di Amerika Serikat.
Tokoh yang Mempengaruhi:	Andy Warhol, Roy Lichtenstein, dan Jasper Johns.
Karakteristik:	Menggabungkan warna-warna cerah dan mencolok, meniru intensitas percetakan dan periklanan komersial dengan bentuk yang sering disederhanakan atau ditata untuk menyoroti daya tarik dan keindahan objek tersebut.
Daya Tarik:	Karya seni grafis menyampaikan kritik mendasar terhadap konsumerisme, materialisme, dan kedangkalan masyarakat modern, menggabungkan ironi, menantang obsesi masyarakat terhadap konsumsi dan selebriti melalui citra



media massa.

Produksi: Menggunakan metode seni komersial termasuk sablon, stensil, dan penggandaan mekanis. Ini mengadopsi estetika industri dan impersonal dari produksi massal dan menghilangkan bukti sentuhan tangan seniman dari karya seni.

Portfolio Building Assignment– Gestalt Designs

Buat gambar berdasarkan prinsip Gestalt

Untuk bagian tugas ini, Anda harus menggunakan kertas kalkir Anda. Di bawah ini terdapat 4 petunjuk yang menunjukkan prinsip Gestalt. Beri nomor setiap solusi desain dengan nomor yang sesuai di bawah ini dan lihat bab 8 untuk memberi label prinsip Gestalt mana yang ditunjukkan oleh solusi Anda. Setiap petunjuk memiliki contoh - Anda tidak dapat menggunakan contoh tersebut. Buat solusi Anda sendiri. Ambil foto dengan ponsel Anda atau pindai gambar tersebut. Kemudian masukkan ke Adobe Illustrator dan buat ulang sebagai file vektor. Buat PDF berkualitas cetak dan gabungkan menjadi satu PDF. Jangan lupa untuk memberi label setiap desain dengan prinsip Gestalt yang Anda ilustrasikan.

1. Buat bentuk di dalam bentuk: Gambarlah 2 siluet yang membentuk gambar/bentuk di area positif. Contohnya adalah menggambar 2 wajah yang membentuk gelas anggur di antara keduanya.
2. Buat fokus pada satu struktur: Susun beberapa bentuk atau gambar yang sama untuk memfokuskan pada gambar atau bentuk yang berbeda. Jangan gunakan bentuk dasar seperti lingkaran, segitiga, persegi, persegi panjang. Contohnya adalah menggambar 5 bentuk di mana 4 berbentuk kacang dan satu berbentuk kerucut.
3. Buat gambar atau bentuk yang tidak lengkap tetapi masih dapat dikenali: Gambarlah gambar yang sebagiannya hilang, tetapi pemirsa tetap akan tahu apa yang seharusnya digambarkan. Contohnya adalah titik-titik bintang, tetapi pusatnya tidak terlihat sehingga Anda hanya melihat titik-titiknya.
4. Buat gambar atau bentuk yang mencerminkan dirinya sendiri: Gambarlah bentuk yang jika Anda melipat halaman menjadi dua secara vertikal atau horizontal, bentuknya akan sama di setiap sisi lipatan. Contohnya adalah lingkaran konsentris—lingkaran di dalam lingkaran di dalam lingkaran yang berpusat di halaman.



BAB 11

GAYA DESAIN MASA KINI

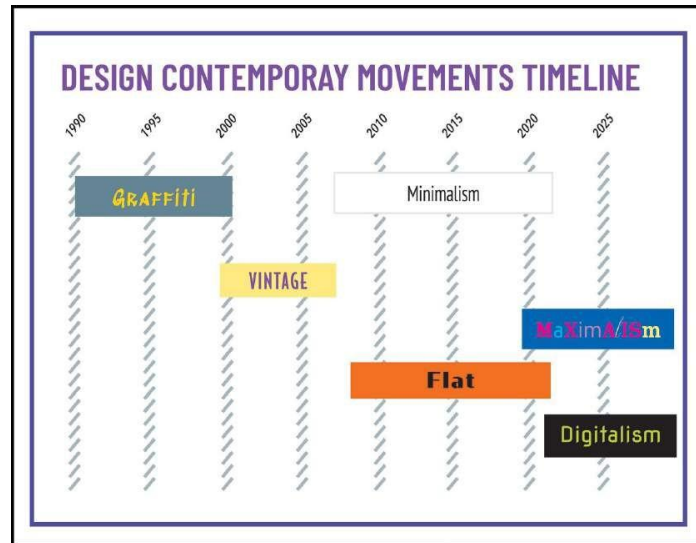
11.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pengguna akan menerapkan contoh gaya desain modern yang akan meningkatkan laporan biasa seperti desain datar untuk infografis pemerintah. Mereka akan dapat membandingkan gaya desain Minimalis dan Maksimal. Pembelajar akan dapat mempertahankan penggunaan Kecerdasan Buatan dalam desain grafis.

Jurnal Profesional

Estetika:	Penataan elemen dalam desain agar harmonis.
Rasio Aspek:	Lebar yang proporsional dengan tinggi elemen visual.
Klien:	Orang yang menyewa jasa desainer grafis.
Komposisi:	Tindakan menggabungkan, mengatur, dan mengorganisir semua komponen.
Dinamis:	Komposisi yang tidak statis dan mengekspresikan energi kepada pemirsa.
Identitas:	Individualitas visual merek yang dirancang untuk pengenalan konsumen.
Citra:	Representasi visual suatu bentuk dalam fotografi, ilustrasi, atau lukisan.
Dapat Diubah	Dapat diubah ukuran, mode, dan bentuknya untuk berbagai media.
Ukurannya:	
Target Pasar:	Deskripsi kelompok pelanggan yang menjadi sasaran pemasaran.
Teks:	Sekumpulan kata tertulis atau tercetak untuk membentuk pesan atau komunikasi.
Visual:	Istilah desain grafis yang menunjukkan semua elemen dan komponen yang dapat dilihat.

Meskipun desainer grafis sering mengaitkan gaya dengan era tertentu, esensi desain terletak pada kemampuannya untuk menyampaikan pesan melalui gaya apa pun. Jika suatu layanan ingin menonjolkan pengalaman dan keahliannya, desainer mungkin ingin menggunakan gaya retro, seperti pop art atau art deco. Kontemporer, secara harfiah diterjemahkan oleh Kamus Merriam-Webster, adalah "terjadi pada masa kini." Gaya ini meminjam elemen dari beberapa gaya lain berdasarkan kata-kata dalam petunjuk dan mendefinisikan gaya dan skema warna. Sebagian besar klien memperhatikan gaya desain setelah gaya tersebut digunakan selama bertahun-tahun atau bahkan beberapa dekade. Desainer grafis harus mengikuti gaya terbaru untuk memastikan solusi mereka tetap relevan bahkan setelah dipublikasikan.



Gambar 11.1

Para pemasar biasanya lebih menyukai gaya masa lalu daripada komposisi inovatif dan menarik yang berada di luar zona nyaman mereka. Klien akan memilih pendekatan yang aman yang sudah sangat mereka kenal. Ketika klien menginginkan desain yang umum dan banyak digunakan, atau lebih buruk lagi desain templat, para desainer grafis perlu memberi mereka pilihan yang akan menonjol bersama dengan apa yang dirasa aman oleh klien.

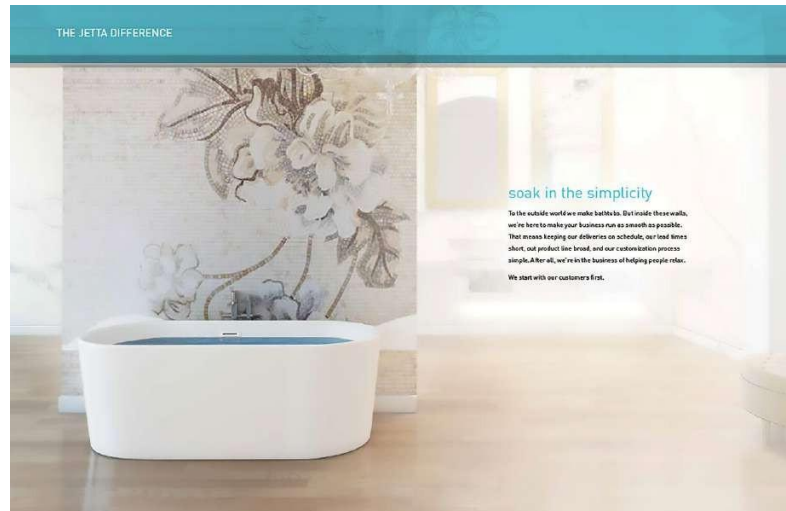
Mereka menanggung beban finansial dan pada akhirnya bertanggung jawab atas keberhasilan sebuah kampanye. Karena profesi mereka berputar di sekitar kreativitas, desainer grafis akan menganjurkan pendekatan kreatif. Desainer grafis yang sukses adalah mereka yang dapat menjelaskan pendekatan dengan hasil yang diharapkan.

Sama seperti klasifikasi font yang tidak memiliki definisi universal dan bervariasi menurut perusahaan pembuat dan perangkat lunak, gaya desain tidak ada di mana-mana. Desainer grafis akan mengklasifikasikan pendekatan visual ke dalam kelompok menggunakan istilah yang berbeda. Gunakan daftar gaya dasar berikut dengan deskripsi umum sebagai inspirasi saat mendesain tata letak.

Desain kontemporer mengacu pada desain yang diproduksi dari tahun 1990-an hingga saat ini. Kerangka waktu ini didasarkan pada ketersediaan komputer pribadi yang terjangkau secara tiba-tiba. Seniman grafis kontemporer berkarya di dunia yang dipengaruhi secara global, beragam budaya, dan maju secara teknologi. Desain kontemporer bukanlah gaya yang tetap, melainkan refleksi dari tren terkini dan terus berkembang.

11.2 GAYA MINIMALIS

Minimalisme menekankan kesederhanaan melalui penggunaan bentuk geometris dasar dan palet warna yang terbatas. Tata letaknya dicirikan oleh kebersihannya, dengan retouching minimal, tekstur minimal, dan fokus pada penekanan pesan melalui ruang. Pendekatan desainnya adalah untuk mempersempit penggunaan elemen yang tidak penting. Pesan berfungsi sebagai fokus utama, menghasilkan tata letak dengan elemen minimal.



Gambar 11.2 Brosur Minimalis

Tanpa dekorasi dan komponen ornamen yang tidak perlu, desain seringkali tampak premium dan mewah. Karena alasan ini, merek-merek kelas atas sering memilih estetika minimalis. Bagi pembeli, lebih mudah untuk mengenali pesan atau cerita yang dimaksud dengan tidak adanya fitur yang tidak perlu.

Minimalisme adalah salah satu dari sedikit gaya desain yang secara ketat menggunakan garis-garis bersih dan ruang putih yang luas untuk menciptakan rasa ketenangan dan keteraturan. Di dunia yang dipenuhi dengan begitu banyak kebisingan visual, minimalisme menarik bagi pemasar dan seniman grafis.

Kemunculan

Mirip dengan sebagian besar gaya desain saat ini, minimalisme didasarkan pada tren masa lalu. Dalam seni visual, musik, dan media lainnya, Minimalisme adalah gerakan seni yang dimulai pada seni Barat pasca Perang Dunia II, diikuti oleh kebangkitan kembali pada tahun 1960-an dan awal 1970-an dalam seni visual Amerika. Sekitar tahun 2011, gaya ini menjadi sangat populer di Amerika Serikat untuk pemasaran perusahaan, periklanan, pengemasan, dan desain merek. Antara tahun 2018 dan 2019, popularitas gaya ini menurun, dan desain grafis bergeser ke arah gaya yang lebih maksimalis. Namun, selama epidemi Covid, desain minimalis mengalami kebangkitan kembali dan tetap populer untuk identitas merek perusahaan.

Karakteristik

Daya tarik utama minimalisme bagi para desainer grafis adalah memiliki banyak ruang; desain hanya dapat menggunakan beberapa elemen dan palet warna yang terbatas. Hal ini menyederhanakan proses desain dan eksperimen kreatif. Desainer grafis cenderung tidak menyukai konten dan memilih jenis huruf yang lebih kecil.

Minimalisme adalah pendekatan sederhana yang menghindari tren dan mengandalkan elemen fundamental seperti keseimbangan, perataan, font yang mudah dibaca, spasi, bentuk sederhana, dan palet warna yang simpel. Marginnya lebar, dan logonya kecil dalam teknik desain ini. Struktur gaya ini membutuhkan kesederhanaan untuk mengkomunikasikan pesan merek yang jelas dan ringkas. Minimalisme menghasilkan rasa harmoni visual dengan memanfaatkan keseimbangan simetris dan asimetris.

Ukuran font kecil untuk memberikan lebih banyak ruang. Jenis huruf dipilih berdasarkan keterbacaan dan kejelasannya. Tipografi menonjol karena tidak banyak elemen lain yang bersaing dalam desain.

Manfaat dan Tantangan

Banyak desainer grafis menganut gaya desain minimalis karena fleksibilitasnya. Gaya ini dapat diterapkan di berbagai media, dari cetak hingga proyek web. Gaya ini mudah diskalakan dan diadaptasi, memastikan konsistensi. Tidak seperti gaya lain, gaya ini menumbuhkan sikap kontemporer dan cenderung tidak terlihat ketinggalan zaman dalam beberapa tahun.

Tata letak yang canggih membuat navigasi intuitif dan meningkatkan pengalaman pengguna dalam desain web. Dengan elemen yang lebih sedikit, situs web dan aplikasi memuat lebih cepat, menciptakan pengalaman yang lebih efisien dan ramah pengguna.

Beberapa seniman komersial tidak menyukai minimalisme karena keterbatasan visualnya yang dingin, yang dapat membuat gaya tersebut membosankan. Mereka percaya bahwa gaya tersebut kurang memiliki kepribadian merek dan malah hanya berkonsentrasi pada pesan atau ajakan bertindak daripada estetika desain.

Kesimpulan

Minimalisme menciptakan pesan yang efektif yang mudah masuk ke dalam berbagai konteks tanpa kehilangan dampaknya. Desain profesionalnya yang modern dan ramping ideal untuk desain perusahaan, periklanan, dan desain kemasan.

11.3 GAYA MAKSIMALISME

Maksimalisme dalam desain grafis merayakan keberanian, kerumitan, dan ekspresivitas, menghadirkan kontras yang kuat dengan minimalisme. Gaya ini berkembang melalui stratifikasi, citra yang kuat, dan inovasi. Gaya ini memamerkan aturan dan pedoman desain yang sangat baik dan mengabaikan kebutuhan akan ruang.



Gambar 11.3 Contoh Gaya Maksimalisme Yang Diterapkan Pada Kemasan Kopi

Seniman grafis dapat menggabungkan kepribadian, minat, dan pengaruh artistik individu mereka, menghasilkan solusi yang lebih unik dan individual. Kombinasi berbagai komponen dapat memberikan narasi khas yang menekankan daya cipta, menjadikan



maksimalisme sebagai pilihan yang disukai para desainer yang ingin melampaui batasan desain grafis tradisional.

Kemunculan

Setelah terkekang oleh desain minimalis yang polos dan sederhana, para seniman grafis mendambakan pendekatan visual yang lebih kuat. Maksimalisme menumbuhkan lingkungan yang kondusif untuk eksperimen kreatif, pelanggaran aturan, dan kecelakaan yang menyenangkan. Goresan tebal menggantikan goresan tipis. Halaman dipenuhi dengan warna-warna cerah, menyeimbangkan area bayangan dan rona yang halus dengan grafik dan pola berukuran besar yang meluas melampaui tepi yang dipangkas. Meskipun dapat ditelusuri kembali ke abad ke-17, gaya ini mendapatkan beberapa penerimaan di Amerika Serikat pada tahun 1960-an. Ini adalah gaya yang sekarang menjadi populer setelah epidemi Covid.

Karakteristik

Gaya mewah ini mendorong para desainer untuk bekerja dengan beragam warna, tekstur, dan pola. Hal ini menghasilkan desain yang merangsang secara visual dan dinamis, serta bersemangat dan hidup. Desain maksimalis menghasilkan respons emosional yang signifikan melalui penggunaan citra yang mencolok, beragam material, dan penceritaan visual yang menarik. Desain yang kompleks mengundang pemirsa untuk menemukan gaya desain baru yang menarik perhatian.

Dengan menumpuk beberapa elemen desain, membebani tekstur, dan pola yang bersaing, para desainer dapat menghasilkan rasa kedalaman dan dimensi, sehingga menghasilkan pengalaman yang lebih taktil dan imersif. Maksimalisme sering menggunakan teknik media campuran. Kombinasi efek digital, pola, fotografi, dan ilustrasi menghasilkan tampilan yang kaya tekstur. Hal ini memungkinkan pengembangan substansi dan karakter dalam desain yang sangat bergantung pada teks.

Desain-desain ini menggunakan warna-warna cerah dan kontras yang memikat perhatian penonton. Hal ini berpotensi untuk menciptakan suasana tertentu dan menghasilkan respons emosional. Tidak seperti minimalisme, yang sering menggunakan skema warna yang redup atau monokromatik, maksimalisme memungkinkan penggunaan kombinasi warna yang berani yang dapat memikat dan mengejutkan penonton. Gaya ini menekankan penggunaan pola yang jenuh dan menarik perhatian untuk meningkatkan desain dengan ruang putih minimal atau tanpa ruang putih sama sekali. Ini tidak berarti kurangnya ruang, tetapi lebih tepatnya kurangnya ruang putih. Warna, tekstur, dan bentuk mengisi ruang sebagai elemen latar belakang. Di mana minimalisme menghilangkan elemen grafis tambahan, maksimalisme ingin menggunakan semuanya.

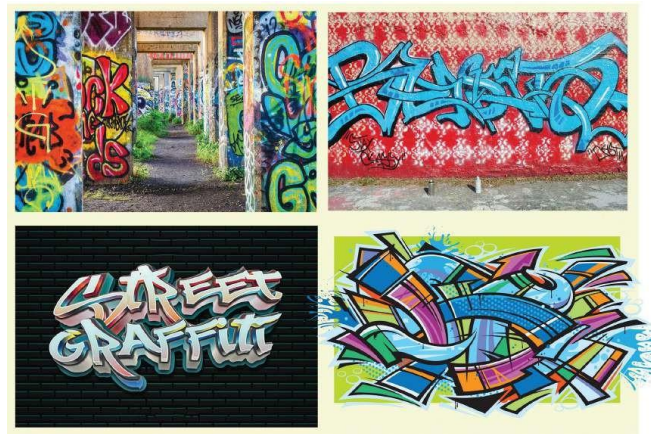
Kesimpulan

Maksimalisme adalah alternatif untuk metodologi desain minimalis yang seringkali terbatas dan terkendali. Ia membedakan dirinya dalam lingkungan visual yang jenuh dengan menyediakan produk yang benar-benar unik. Ia menumbangkan prinsip-prinsip desain tradisional, mendorong audiens untuk berinteraksi dengan elemen-elemen yang tidak konvensional, berani, dan cerah. Gaya desain grafis ini memungkinkan teknik desain yang lebih individual, eksentrik, dan tidak konvensional. Karena serbaguna dan mudah diingat, gaya ini

dapat digunakan untuk mengumumkan produk, layanan, dan acara baru.

Namun, desain yang memberontak membatasi penggunaannya. Maksimalisme menarik perhatian, tetapi ada banyak produk dan layanan yang tidak diwakili oleh gaya ini. Identitas perusahaan memiliki penggunaan yang terbatas karena sering menggunakan beragam pilihan jenis huruf yang rumit dan berani, memperlakukan tipografi sebagai elemen yang dinamis dan ekspresif. Berbagai ukuran font, penempatan yang tidak konvensional, dan berbagai jenis huruf berkontribusi pada vitalitas dan keceriaan komposisi.

11.4 GAYA GRAFITI



Gambar 11.4

Berbagai gaya grafiti dapat ditemukan untuk dipelajari di berbagai lokasi di sekitar kota. Grafiti tag ditemukan di bawah dermaga yang terbengkalai di Philadelphia dan grafiti WildStyle di dinding yang ditunjukkan di atas.

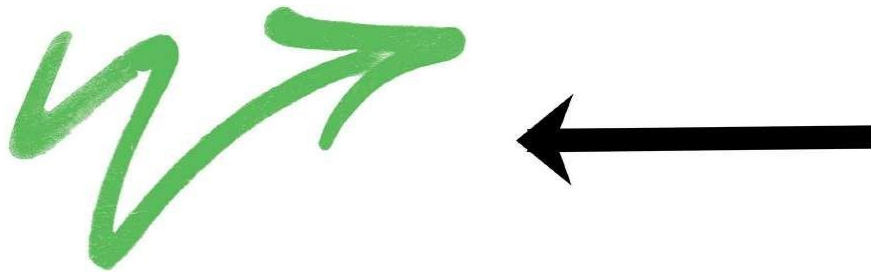
Grafiti sebagai gaya desain grafis mungkin sulit diterima karena dulu digunakan untuk merusak properti. Namun, ketika penggunaan warna, struktur, dan kreativitas dalam tipografi diteliti, grafiti merupakan elemen yang menarik perhatian dan energik yang dapat digunakan dalam desain.

Sejumlah pendekatan yang mudah dikenali memiliki teknik yang dapat dibedakan. Teknik pertama dan paling dikenal adalah seni tag. Daftarnya meliputi Throwie, Blockbuster, Wildstyle, dan Bubble. Grafiti dan seni jalanan berbeda, tetapi untuk kemudahan dikelompokkan sebagai satu gaya di mana seni jalanan lebih berfokus pada gambar dan grafiti berfokus pada kata atau frasa.

Kemunculan

Jika grafiti dianggap sebagai seni dinding, hal itu dapat ditelusuri kembali ke lukisan gua prasejarah. Di Mesir, Yunani, dan di seluruh kekaisaran Romawi, orang-orang mengekspresikan diri dengan menggambar pesan di dinding.

Bentuk-bentuk grafiti yang ditiru dan dikenali oleh para desainer grafis, dengan desain-desain yang penuh semangat, dimulai pada tahun 1960-an di Kota New York. Para seniman grafiti "menandai" dinding bangunan dan transportasi dengan nama mereka yang diekspresikan dalam motif eksperimental yang hampir abstrak.



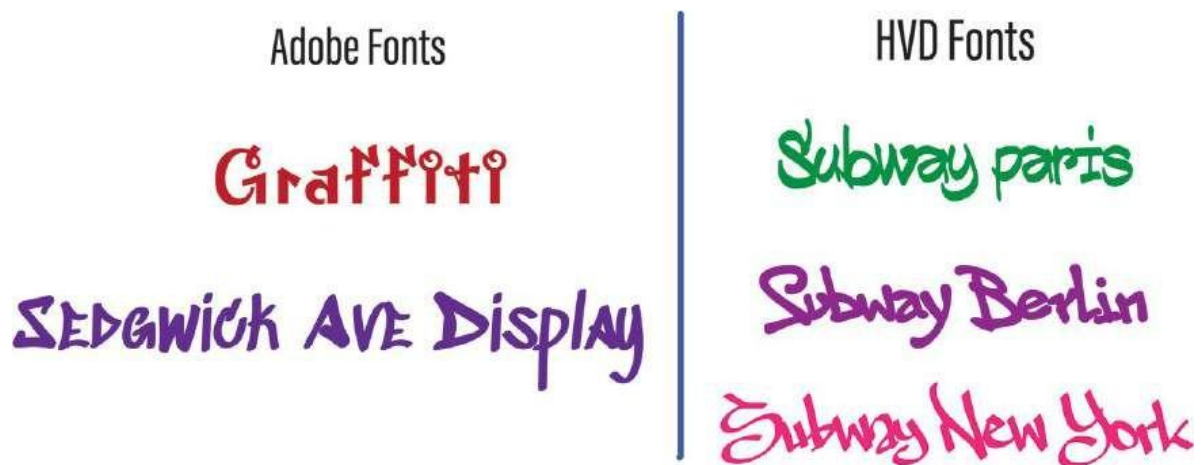
Gambar 11.5 Lihat Energi Dalam Panah Grafiti Ini Dibandingkan Dengan Panah Geometris.

Pada tahun 1980-an, grafiti menjadi seni jalanan yang rumit dan umum, yang diakui oleh para seniman grafis sebagai bentuk komunikasi dan mulai ditiru dalam desain grafis mereka. Grafiti menjadi gaya desain grafis yang populer pada tahun 1990-an.

Karakteristik

Grafiti mengalir bebas, tidak memiliki dasar historis yang mengisi ruang. Ruang putih sangat minim dan ruang negatif tidak ada. Warna-warna cerah dengan kualitas seperti disemprotkan cat adalah ciri utamanya.

Beberapa grafiti seperti Bubble dan Throwie bergaya kartun dengan bayangan dan sorotan. Wildstyle rumit dengan tepi 3D yang tajam dan detail yang kompleks. Tipografinya memiliki struktur dan proporsi yang tidak merata.



Gambar 11.6 Font Grafiti Dari Adobe, Hdv, Dan Google Fonts

Manfaat dan Tantangan

Beberapa orang akan selalu tidak menyukai grafiti, yang mempersempit penggunaannya dalam desain. Pasarnya mungkin tidak dihargai, tetapi gaya ini berkembang menjadi kurang dekoratif dan lebih bergaya skrip dalam komposisinya. Seniman grafis harus mempelajari energi dan alur tipografi untuk dapat menerapkan beberapa cita rasa tersebut pada solusi desain mereka.

Kesimpulan

Desain korporat mungkin tidak akan pernah menerima grafiti karena sejarahnya dan bagaimana pengamat mungkin bereaksi terhadapnya, tetapi ada situasi pemasaran yang harus menyelidiki ciri khas gaya yang berani ini. Karena generasi muda yang lebih akrab dengan gaya



grafiti menjadi pembeli, kualitas pemberontak mungkin menjadi solusi.

11.5 GAYA DIGITALISME

Tidak ada istilah yang diterima secara luas untuk desain grafis yang menggunakan alat kecerdasan buatan dan petunjuk kontekstual. Gaya ini telah disebut sebagai desain yang dibuat dengan kecerdasan buatan, desain yang dihasilkan AI, atau desain generatif. Para seniman grafis bahkan mungkin menyebutnya sebagai desain kontemporer. Dibutuhkan pikiran manusia untuk memicu pembuatan gambar atau desain oleh AI. Memahami terminologi desain grafis, font, warna, dan kontras sangat penting, seperti halnya solusi sukses lainnya. Seniman grafis harus melihatnya sebagai alat penghemat waktu yang berharga, seperti yang mereka lakukan ketika komputer pribadi, bersama dengan Adobe Illustrator (1987) dan Photoshop (1990), tersedia. Petunjuk yang digunakan untuk membuat gambar AI dalam buku ini menunjukkan bahwa AI hanyalah satu bagian dari solusi. Untuk menciptakan solusi desain yang kohesif, hampir semua gambar memerlukan revisi, retouching, dan peningkatan digital.

Pengembang dan programmer internet menggunakan istilah populer Pengalaman Pengguna (UX) dan Antarmuka Pengguna (UI). Ketika mereka mengembangkan produk dengan tujuan agar pengguna memiliki pengalaman yang baik — itulah UX. Ketika interaksi dan komunikasi pengguna dengan komputer mudah dan menyenangkan secara visual pada perangkat, halaman web, atau aplikasi, itulah UI. Desainer grafis telah fokus pada kedua konsep ini selama beberapa dekade tetapi menggunakan istilah yang berbeda dengan lebih banyak aspek. Alih-alih UX, seniman grafis berbicara tentang bagaimana desain melibatkan audiens target yang mencakup lebih dari sekadar visual. Sebagai pengganti UI, seniman grafis mengacu pada bagaimana pemirsa merespons desain yang dapat berarti membentuk opini, bertindak berdasarkan pesan, atau mengarahkan pemirsa.

Kemunculan

Berbagai bentuk komunikasi seperti pesan teks, bilah pencarian, dan unggahan media sosial telah menyebabkan digitalisme. Gaya ini memanfaatkan kecerdasan buatan untuk menciptakan gambar yang kompleks. Ini adalah jenis minimalisme yang dikomersialkan yang menggabungkan ruang, tipografi tipis dan kecil, warna-warna cerah, tekstur alami, jenis huruf tampilan, dan gradien abstrak. Desainer perlu menggunakan metodologi untuk desain yang membahas aksesibilitas, gender, usia, status ekonomi, lokasi, ras, dan bahkan sudut pandang agama dan politik. Digitalisme adalah cabang dari retouching kontekstual dan gambar yang dibuat oleh kecerdasan buatan.

Karakteristik

Daya tarik gaya desain digitalisme adalah palet dinamis dengan gambar energik yang dapat diproduksi dengan mudah. Gambar yang dihasilkan AI menghemat waktu dan menekan anggaran. Ini memungkinkan desainer grafis yang memiliki ide kreatif tetapi kurang memiliki keterampilan untuk menggambar, melukis, atau memotret suatu latar, untuk mendesain. Digitalisme merangkul warna-warna cerah dan jenis huruf sans-serif untuk mengkomunikasikan informasi dengan jelas dan ringkas, memungkinkan kebebasan kreatif.

Manfaat dan Tantangan

Kendala utama desain digital AI adalah pembaruan konstan pada metodologi penggunaan perangkat lunak cloud. Desainer grafis perlu terus mempelajari proses baru tentang cara menggunakannya untuk solusi terbaik. Sebagai contoh, untuk tipografi, seorang seniman grafis akan menggunakan Adobe Firefly hingga tiba-tiba beralih ke Adobe Express. Tidak seperti program desain tahun 1990-an, alat berbasis web dapat diubah dengan cepat. Perangkat lunak untuk komputer membatasi revisi hanya beberapa kali setahun karena biaya pengujian menyeluruh, penjualan, dan pembuatan media untuk dimuat secara manual ke dalam komputer. Jika alat online AI ditemukan memiliki kekurangan dan desain UI yang sulit, alat tersebut dapat direvisi tanpa biaya besar yang biasanya terkait dengan pengembangan perangkat lunak.

Pembuatan gambar AI memiliki kekurangan—terutama pada figur manusia. Ia akan melewati jari, lengan, kaki, dan mendistorsi wajah. Seniman grafis menggunakan gambar yang tidak lengkap tanpa peningkatan. Hasil yang dapat diprediksi adalah desain yang terlalu ramai yang membingungkan pembaca.

Kesimpulan

Ada sejumlah aspek negatif dari Digitalisme. Kekhawatiran utama adalah klien menggunakan desain inferior yang dikembangkan oleh orang yang tidak terlatih. Penggunaan templat online dan fabrikasi grafis murah sudah menjadi praktik umum untuk pemasaran.

Saat ini, banyak pebisnis tidak tahu solusi desain yang baik dari solusi rata-rata atau yang lebih buruk. Pemasaran cetak dan internet penuh dengan solusi jenis ini. Kesulitan kedua adalah kurangnya ruang dalam tata letak karena kecerdasan buatan tidak dapat memahami konsep ruang visual. AI diharapkan menjadi alat yang berharga bagi desainer, menyederhanakan proses dari brainstorming hingga sentuhan akhir. AI generatif masih eksperimental tetapi kombinasi elemen 3D dan 2D dalam desain diharapkan menjadi lebih umum.

11.6 GAYA VINTAGE

Meskipun tidak begitu umum di sektor yang digerakkan oleh teknologi seperti pengembangan aplikasi atau UI/UX, desain yang terinspirasi vintage umumnya digunakan dalam branding, pengemasan, mode, desain cetak, dan media digital tertentu. Teknik desain grafis vintage menggunakan gambar, tekstur, dan warna retro. Teknik ini membangkitkan gaya artistik tahun 1950-an hingga 1970-an dengan pola dinamis dan grafis yang mengalir. Warnanya cenderung ke arah palet psikedelik, meskipun elemen yang dominan adalah penggabungan warna pastel yang lebih lembut, garis-garis, dan papan catur untuk membangkitkan nostalgia akan masa lalu yang menyenangkan.

Kemunculan

Desain vintage klasik mengambil inspirasi dari dekade-dekade sebelumnya seperti tahun 1920-an, 1950-an, atau 1970-an, sedangkan desainer modern sering menggabungkan komponen lama dengan tren masa kini. Hal ini menghasilkan hibrida yang menggabungkan estetika retro dengan font kontemporer, palet warna, atau metodologi tata letak. Gaya ini

kembali populer di awal tahun 2000-an.

Karakteristik

Skema warna retro, karya seni buatan tangan, dan pola eklektik adalah teknik grafis yang umum. Fitur desain vintage yang menonjol meliputi tipografi tahun 1950-an dan 1960-an, palet warna yang lembut, tekstur usang, dan grafis yang digambar tangan. Gaya vintage menumbuhkan ikatan emosional, menyampaikan keaslian dan menampilkan daya tarik abadi.

Alih-alih tekstur yang cerah dan mencolok, desain vintage kontemporer menggunakan tekstur yang rusak, lapuk, dan lembut. Gaya skrip atau serif dengan kedalaman terus menjadi ciri tipografi, tetapi estetika kartun tidak lagi menjadi pengaruh utamanya. Desain ini memanfaatkan ruang kosong dan membangun hierarki visual melalui skala, alih-alih mengandalkan banyak objek besar.

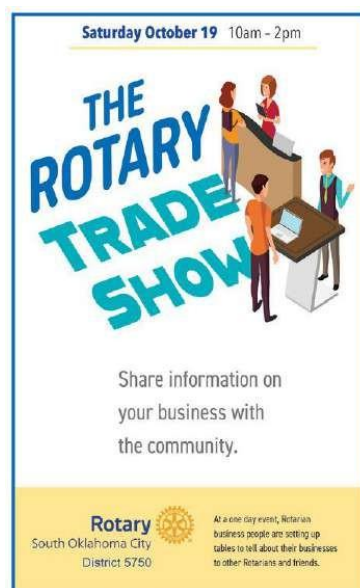
Manfaat dan Tantangan

Desain ini sering memungkinkan desain yang berupaya memadukan estetika tradisional dengan kepekaan kontemporer. Gaya vintage terlihat jelas di lingkungan digital, termasuk desain situs web, visual media sosial, dan konten video. Materi branding atau periklanan yang khas sering menggunakan fitur retro, memberikan daya tarik "jadul" yang kontras dengan estetika kontemporer yang dipoles dari banyak antarmuka digital. Desain vintage lazim dalam kemasan, periklanan, dan menu restoran.

Kesimpulan

Desain vintage membangkitkan nostalgia, melibatkan kenangan dan emosi budaya. Merek sering menggunakannya untuk menumbuhkan rasa kepercayaan dan keaslian, terutama di sektor seperti makanan dan minuman, mode, dan musik.

11.7 GAYA DATAR



Gambar 11.7 Desain Datar: Penerapan Prinsip Desain Pada Proyek Beranggaran Terbatas

Gaya ini dicirikan oleh ilustrasi yang disederhanakan yang mengambil pendekatan seperti kartun, tetapi jarang menggabungkan gambar yang longgar atau menyenangkan



seperti kartun. Desain datar menyerupai campuran minimalisme, desain Swiss, dan desain Bauhaus, di mana tidak ada bayangan atau upaya tiga dimensi. Gambar, warna, dan font menciptakan hierarki visual yang mudah diikuti.

Kemunculan

Produk-produk Microsoft di awal tahun 2000-an berkontribusi pada popularitas desain datar. Berdasarkan estetika desain Swiss, konsep di balik gaya desain ini adalah untuk memungkinkan pikiran manusia mengenali gambar dan menafsirkannya sesuai dengan konteks. Tidak seperti foto, ilustrasi, dan kartun, desain datar tidak menimbulkan bias atau reaksi apa pun dari pemirsa. Desain datar juga digunakan oleh Apple, tetapi siluetnya memiliki sedikit lebih banyak gaya dan karakter.

Karakteristik

Alih-alih menggunakan fotografi, desain datar menggunakan bentuk padat yang sederhana secara geometris untuk menghasilkan gambar individu, objek, dan lokasi. Desain datar menggunakan warna, corak, dan rona dengan sedikit hiasan atau kerumitan. Seperti yang ditunjukkan oleh namanya, desain ini disajikan dalam dua dimensi tanpa upaya untuk menyampaikan kedalaman. Desain ini tidak menggunakan gradien, tekstur, timbul, dan teknik miring. Ruang putih sangat penting. Gaya ini lebih menyukai pengaturan simetris dengan tautan visual ke bentuk-bentuknya.

Baru-baru ini, estetika desain datar telah berevolusi. Seniman grafis telah menggabungkan teknik untuk menciptakan kedalaman melalui gradasi cahaya dan bayangan. Seniman grafis terus mempertahankan tata letak minimalis dan rapi.

Manfaat dan Tantangan

Gaya desain datar dapat menanamkan rasa mewah dan modernisme pada produk atau layanan kepada pemirsa. Kesederhanaan ilustrasi memungkinkan produksinya dengan anggaran lebih rendah, menghilangkan kebutuhan akan pemotretan. Sebagai gantinya, seniman grafis dapat membuat gambar menggunakan AI atau memanipulasi file vektor stok. Desain situs web terus-menerus menggunakan gaya datar.

Tantangan utama desain datar adalah visualnya terlihat sangat mirip bagi pemirsa. Menerapkan dasar-dasar desain datar pada suatu proyek menghasilkan solusi yang kurang individualitas. Gaya sempit ini memberikan pendekatan terbatas dan dianggap statis oleh banyak orang.

Kesimpulan

Secara keseluruhan, pendekatan minimalis ini populer untuk periklanan dan solusi pemasaran cepat. Pendekatan ini berfokus pada kegunaan, yang menghidupkan laporan tahunan, manual, dan desain perangkat lunak komputer.

Desain internet berfokus pada penggunaan visual yang lugas dan mudah dimuat. Gambar-gambar tersebut lugas dan mengkomunikasikan informasi dengan cepat.

Learning Library Exercise –Design Styles

1. Cari di internet gaya-gaya yang dibahas dalam Bab 10 dan 11. Ambil contoh untuk perpustakaan Anda dan masukkan ke dalam file InDesign.
2. Periksa apakah gaya-gaya dalam hasil pencarian Anda sudah benar. Art Deco dan Art Nouveau terus-menerus saling berganti. Ingatlah bahwa informasi yang Anda dapatkan dari mesin pencari adalah informasi yang diunggah seseorang ke internet yang mungkin bukan seorang ahli.
3. Bagi panduan menjadi beberapa bagian yang diberi label dengan jelas. Tentukan urutan seperti abjad atau berdasarkan waktu dan pertimbangkan untuk menambahkan daftar isi.
4. Tandai gaya desain setiap gambar dan buat beberapa catatan tentang karakteristik apa yang mendefinisikan gaya ini.
5. Di awal panduan, tempatkan halaman yang telah diberi nomor satu hingga lima. Cantumkan gaya favorit Anda dan jelaskan dalam satu atau dua kalimat mengapa gaya tersebut menjadi favorit.
6. Beberapa tahun kemudian, lihat kembali catatan dan peringkat Anda untuk melihat apakah Anda masih setuju dengan penjelasan Anda.



BAB 12

DESAIN KARTU NAMA

12.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada akhir bab ini, siswa akan mampu membuat kartu nama. Mereka akan mampu menentukan jenis kertas, tinta, dan area bleed. Pembaca akan mampu menganalisis masalah pada desain kartu nama.

Terminologi Profesional

C1S:	Istilah kertas untuk kertas yang hanya dilapisi di satu sisi.
C2S:	Istilah kertas untuk kertas yang dilapisi di kedua sisi.
Kartu:	Kertas yang lebih tebal daripada kertas biasa.
Dilapisi:	Lapisan halus pada kertas yang menyerap lebih sedikit tinta daripada yang tidak dilapisi.
Pengeboran:	Melubangi kertas di dekat tepinya.
Timbul:	Grafik timbul pada kertas.
Lapisan Akhir:	Lapisan di atas substrat pada kertas.
Penggabungan:	Menempatkan beberapa lembar kertas pada satu lembar untuk dicetak.
Kilap:	Lapisan mengkilap pada kertas atau substrat.
Pencetakan Offset:	Mencetak tinta ke kertas dari pelat cetak.
Pemeriksaan Cetak:	Langkah awal pencetakan untuk menentukan dan menyesuaikan warna.
Bukti cetak:	Sampel cetak yang diambil dari hasil pencetakan.
Substrat:	Kertas atau karton yang digunakan untuk pencetakan.
Kerja dan balik:	Menempatkan bagian depan dan belakang halaman pada pelat cetak untuk satu kali pencetakan.
Zip:	Mengompres satu atau lebih file digital.

12.2 PENTING UNTUK BISNIS

Peluang dalam bisnis dapat muncul secara sengaja atau kebetulan. Untuk memastikan pelanggan potensial dapat menghubungi mereka, pemilik bisnis dan tenaga penjualan akan memiliki kartu berukuran $2 \times 3,5$ inci untuk dibagikan. Beberapa orang mungkin memilih kartu yang lebih besar, tetapi ketidakmampuannya untuk masuk ke dalam slot standar dapat membuatnya sulit untuk disimpan sebagai referensi. Penting agar kartu nama memiliki informasi kontak yang mudah dibaca dan ditemukan, seperti nama, jabatan, nomor telepon atau ponsel, alamat email, dan URL situs web. Kode QR dengan informasi ini yang dapat dipindai dengan kamera ponsel menjadi standar karena memungkinkan transfer informasi digital ke kontak telepon dengan mudah.



Gambar 12.1

Kartu nama berfungsi sebagai alat promosi untuk mengingatkan calon klien tentang presentasi, pertemuan, atau kontak yang tidak disengaja. Tata letaknya harus didekati oleh desainer grafis sebagai bagian dari pemasaran merek yang harus berhasil menyampaikan informasi. Penataan huruf yang terlalu kecil atau sulit dibaca adalah tidak tepat.

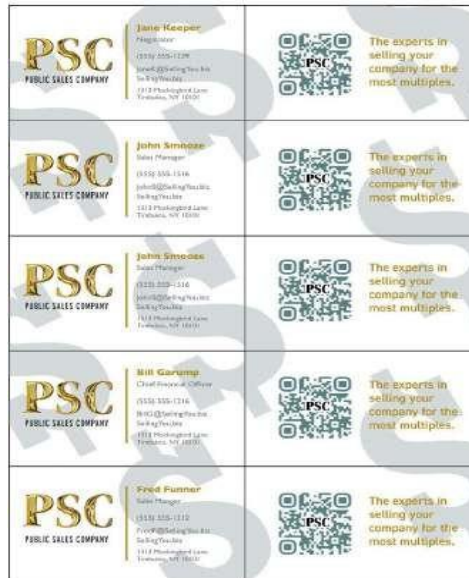


Gambar 12.2 Desain Kartu Nama Kontinu Yang Unik Di Tiap Potongannya

Desain kartu nama harus menyampaikan profesionalisme, pengalaman, dan kepercayaan kepada penerima. Desainer grafis harus memilih jenis huruf, warna, dan pengaturan spasial yang meningkatkan tujuan-tujuan ini.

12.3 PENCETAKAN KARTU NAMA

Seorang desainer grafis harus memahami proses pencetakan sebelum mendesain kartu. Misalnya, pengaturan kartu nama yang normal pada halaman memengaruhi tata letak, bagaimana kartu-kartu tersebut dikelompokkan bersama dan berdekatan, membatasi elemen yang berpotensi meluas keluar halaman. Jika rencana desain kartu melibatkan pencetakan setiap kartu pada satu lembar untuk menggabungkan elemen dari kartu lain, maka latar belakang dengan blok warna solid atau pola akan menjadi satu-satunya area di mana bleed dapat terjadi.



Gambar 12.3 Contoh Pengaturan Mekanis Kartu

Saat memproduksi kartu dalam jumlah besar di mana desainnya bleed untuk delapan orang, pencetak akan memilih untuk membuat satu pelat. Penggunaan dua pelat diperlukan untuk mencetak sisi A dan sisi B secara berurutan. Operator mesin cetak akan membuat pelat "kerja dan balik", yang akan menyelaraskan bagian depan satu kartu dengan bagian belakang kartu lainnya untuk menghemat waktu dan sumber daya. Setelah mencapai akhir pencetakan satu sisi, operator mesin cetak membalik halaman dan memasukkannya, sehingga memastikan bahwa bagian depan dan belakang sejajar.

Jika tidak ada area bleed, halaman atau lembar ukuran letter dapat memuat 10 kartu nama. Pencetakan ini akan memastikan bahwa setiap individu menerima jumlah kartu nama yang identik. Namun demikian, personel tertentu mungkin tidak mendistribusikan kartu sebanyak yang lain. Misalnya, kemungkinan seorang tenaga penjualan mendistribusikan lebih banyak kartu nama daripada seorang akuntan. Desainer dapat mengkonfigurasi sistem mekanis untuk menghasilkan dua atau lebih kartu nama untuk tenaga penjualan hanya dengan mereplikasi desain kartu. Klien puas dengan pengaturan ini, karena akan menghasilkan penghematan biaya. Selain itu, mereka terkesan dengan kemampuan desainer grafis untuk mengkonfigurasi kartu tanpa perlu putaran pencetakan kedua.

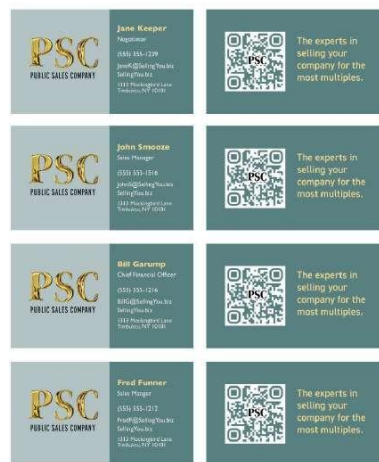


Gambar 12.4 Pengaturan Cetak Kartu John Smooze Dengan Jumlah Ganda

Jika desain kartu melampaui batas tepi, maka hingga 8 kartu dapat digabungkan. Desainer grafis perlu mengetahui anggaran pencetakan sebelum menawarkan solusi ini.

12.4 PENCOCOKAN WARNA

Bleed layout without bleed and crop marks



Gambar 12.5 Tata Letak Kartu Cetak-Timbal-Balik Tanpa Tanda Potong Untuk Klien

Salah satu tantangan yang paling menjengkelkan dalam desain grafis adalah perbedaan antara warna monitor, hasil cetakan inkjet, dan hasil cetakan mesin cetak. Dalam proses desain, monitor komputer menggunakan RGB untuk menampilkan warna, sedangkan mesin cetak menggunakan tinta CMYK untuk mencetak di atas kertas. Metode ini tidak dapat mereproduksi spektrum warna penuh yang mampu ditampilkan oleh monitor. Penerjemahan warna digital ke tinta cetak akan menyebabkan pengurangan saturasi dan kecerahan.



Gambar 12.6 Pengecekan Cetak: Kontrol Warna Dan Tinta Produksi Besar

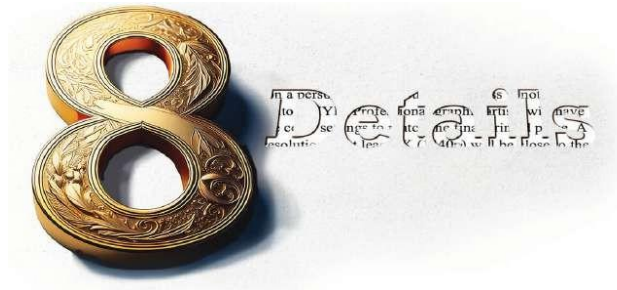
Rincian Petunjuk: seorang pria dan wanita memeriksa bukti cetak di depan mesin cetak besar, sambil berdiri di dekat mesin cetak. Photoshop menambahkan kartu nama dan mengubah gambar dengan fungsi warp. Desainer pemula kekurangan sumber daya keuangan untuk membeli monitor dengan konsistensi warna yang diperlukan untuk penggunaan profesional. Banyak desainer bergantung pada printer pribadi; namun, metode ini tidak akurat karena menerjemahkan warna laser atau inkjet ke CMYK. Seniman grafis profesional menggunakan monitor kelas atas yang memungkinkan penyesuaian pengaturan warna yang tepat agar sesuai dengan hasil cetak akhir. Monitor yang dikalibrasi dan akurat warnanya dengan resolusi minimum 2K (1440p) akan sangat mirip dengan produk cetak akhir. Layar 4K dengan resolusi melebihi 2160p saat ini merupakan pilihan paling akurat yang tersedia.

Windows dan Mac memiliki aplikasi manajemen warna untuk pembuatan dan penetapan profil khusus. Memperbarui monitor secara berkala sangat penting untuk mengatasi perbedaan warna hasil cetak dari berbagai mesin cetak dan penurunan kecerahan serta kualitas layar. Printer pribadi seorang desainer mungkin kekurangan kemampuan modifikasi; namun, desainer harus segera mengetahui di mana printer tersebut unggul atau kurang dalam hal warna dan detail. Jika mereka menggunakan percetakan yang sama, mereka dapat meminta sampel cetak dan kemudian menetapkan profil warna untuk printer tersebut.



Gambar 12.7 Warna Dan Kecerahan Layar Pudar Akibat Paparan Matahari

Rincian: Menggunakan dua gambar kunang-kunang. Petunjuk: monitor layar komputer menghadap jendela dengan sinar matahari di atasnya dan sinar matahari di monitor layar komputer. Dengan Photoshop, gambar digabungkan, ditambahkan sorotan pada layar, menggunakan efek suar lensa, meningkatkan saturasi, dan mengatur high pass pada 100.



Gambar 12. 8

Rincian Petunjuk Firefly: Angka 8 dalam 3D yang diletakkan di atas latar belakang putih. Dibuka di Photoshop dan ditambahkan bevel dalam ke “Detail” dan dibuat masker untuk teks buku. Tekstur kertas adalah foto halaman kertas putih.

12.5 OPSI TATA LETAK

Temukan kartu nama dan perhatikan apakah ukuran hurufnya terlalu besar, apakah terlalu banyak konten, apakah sebagian besar informasi dijejalkan ke setiap inci ruang — huruf mungkin disebar untuk mengisi semua ruang. Semua masalah ini adalah alasan kuat bagi orang tersebut untuk tidak menyimpan kartu nama atau mencoba mengingat informasinya.

Tata letak satu sisi

Biasanya, ada delapan item informasi yang ditempatkan dalam urutan kedekatan ini:

1. Logo Perusahaan
2. Nama
3. Jabatan
4. Nomor telepon seluler Direktur
5. Nomor telepon utama Perusahaan
6. Email
7. Alamat
8. Situs web

Kecuali jabatan, daftar ini dalam urutan hierarki terkait ukuran dan ketebalan huruf. Gunakan ukuran font yang mudah dibaca antara 11 poin dan 8 poin.

Tata letak dua sisi

Memiliki dua panel untuk semua informasi memungkinkan ruang dan kontras. Klien akan bertanya apakah manfaat ruang ekstra tersebut sepadan dengan biaya tambahan. Selain item yang tercantum untuk tata letak satu sisi, tata letak dua sisi dapat memuat slogan perusahaan, kode QR, semua nomor telepon, dan mungkin salinan penjualan.

12.6 KESENANGAN DIMULAI DENGAN DESAIN

Menjadi seorang desainer grafis berarti menjadi kreatif dan menikmati tantangan mengembangkan desain kartu nama pemasaran visual yang menonjol. Klien bertujuan untuk memasukkan setiap fitur yang memungkinkan pada kartu nama mereka, karena mereka khawatir akan melewatkan komponen penting yang dapat menghasilkan penjualan.

Kartu nama adalah kesan pertama sebuah perusahaan, yang menekankan



profesionalismenya. Klien akan mengatakan bahwa mereka memahami bisnis mereka dan faktor-faktor keberhasilannya. Anehnya, meskipun tidak memiliki pendidikan formal, pelatihan, atau pengalaman, individu-individu ini percaya bahwa mereka memiliki pemahaman yang komprehensif tentang desain.

Beberapa pebisnis mengharapkan seniman grafis memiliki tingkat keahlian yang tinggi di bidang masing-masing. Mereka dianggap berhasil jika kartu nama tersebut menarik secara visual dan mengkomunikasikan informasi penting. Desainer grafis bertanggung jawab atas setiap umpan balik negatif yang diterima desain tersebut. Sangat penting bagi seorang desainer grafis untuk mengakui fakta ini dan merekomendasikan solusi desain yang paling optimal. Namun, desainer harus memastikan apakah argumen tersebut berasal dari ego atau pengetahuan. Klien tetap memiliki hak suara terakhir dan bertanggung jawab secara finansial, seperti yang diakui oleh desainer. Dalam upaya tertentu, desainer grafis perlu menyerahkan kendali dan melanjutkan. Strategi terbaik adalah memasukkan desain yang tidak diinginkan ke dalam portofolio, memenuhi persyaratan klien, dan menerima pembayaran.

Klasifikasi desainer sebagai seniman komersial berasal dari pembayaran atas keterampilan seni mereka. Seniman komersial memahami kebutuhan akan informasi yang seimbang dengan ruang sehingga calon pelanggan akan menyimpan kartu tersebut dan tidak membuangnya. Daftar periksa desainer untuk kartu nama meliputi:

1. Pastikan ada ruang visual.

Setelah konsep dibuat sketsa kecil, langkah selanjutnya adalah tidak memasukkan terlalu banyak informasi ke dalam kartu kecil. Fokus pada detail penting seperti nama, jabatan, informasi kontak, dan logo. Gunakan spasi putih untuk menjaga desain tetap bersih dan mudah dibaca.

2. Fokus pada apa yang membuat desain inovatif dan menarik perhatian.

Jika kontras antara teks dan latar belakang sangat kecil, teks akan sulit dibaca. Pastikan teks berwarna menonjol dengan jelas pada warna atau tekstur latar belakang.

3. Jangan menggunakan ukuran huruf yang terlalu besar atau terlalu kecil (cetak terlebih dahulu untuk melihatnya).

Pastikan semuanya mudah dibaca. Teks yang terlalu kecil untuk dibaca akan merusak desain. Gunakan ukuran huruf yang nyaman, yaitu 8-11 poin untuk teks isi, 12-14 poin untuk slogan, dan pastikan ada hierarki tipografi untuk penekanan.

4. Pastikan semua informasi penting disertakan dan telah diperiksa ejaannya.

Melupakan informasi penting seperti email, nomor telepon, atau situs web akan memalukan dan mungkin merugikan. Desainer komersial selalu memeriksa ulang apakah semua detail kontak penting telah disertakan.

5. Periksa apakah kode QR dapat dipindai.

Penambahan kode QR pada kartu nama baru-baru ini menambah keterampilan lain yang perlu dipelajari oleh desainer grafis. Jika kode terlalu kecil untuk dipindai, maka kode QR akan menjadi tidak efektif. Hindari menutupi desain dengan kode QR yang besar.

6. Sertakan spesifikasi jenis kertas sebagai bagian dari desain Anda.

Berhati-hatilah menggunakan kertas berkualitas rendah yang terasa murahan atau tidak profesional karena desain akan sebagian dinilai dari jenis kertas yang digunakan. Pilih jenis kertas yang sesuai dengan kepribadian merek perusahaan. Lihat sampel dari percetakan untuk merasakan ketebalan dan tekstur kertas.

7. Ikuti identitas merek.

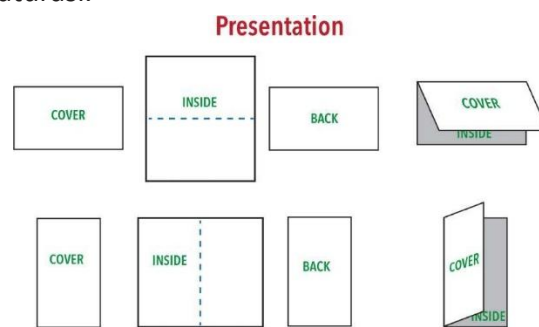
Komponen desain yang tidak konsisten dengan identitas merek Anda, seperti variasi warna, jenis huruf, atau perubahan pada logo, akan gagal memikat klien. Patuhi aturan merek, termasuk penempatan dan jarak logo untuk memastikan pengenalan merek.

Mengingat kartu nama telah digunakan sebagai alat penjualan selama lebih dari dua abad, poin kelima dalam daftar ini mungkin menghadirkan kendala yang paling signifikan. Dalam ruang yang terbatas, merupakan tantangan besar untuk menemukan cara agar mudah dibaca dan menarik secara visual.

Solusinya adalah mengadopsi perspektif yang berbeda. Ada beberapa alternatif, termasuk bereksperimen dengan jenis kertas yang berbeda, menggunakan warna PMS seperti tinta metalik, menggunakan kertas bertekstur, dan memotong kartu menjadi bentuk tertentu.

Sebagian besar desainer grafis yang berpendidikan dan berpengalaman menyadari pentingnya riset. Tinjauan terhadap koleksi kartu nama milik desainer grafis akan mengungkapkan beberapa solusi yang inventif dan kreatif. Namun, kemungkinan beberapa kartu nama memiliki font yang sangat kecil sehingga Anda perlu menggunakan fitur pembesar ponsel Anda untuk membacanya. Kartu-kartu ini cenderung kesulitan untuk mengkomunikasikan informasi yang terkandung di dalamnya secara efektif.

Beberapa kartu yang dicetak di atas kertas biasa tidak berfungsi dengan baik. Kartu plastik transparan hanya dapat dibaca jika diletakkan di atas kertas putih. Seringkali, bagian depan dan belakang kartu nama dua sisi tampak tidak sinkron. Baik kartu nama tersebut satu sisi atau dilipat, kartu tersebut harus mewakili perusahaan. Pastikan jenis dan warna logo konsisten. Ini mungkin tampak seperti pengamatan yang sederhana; namun, bukan hal yang aneh bagi seorang desainer grafis untuk mengambil logo dari portal perusahaan tanpa menyadari bahwa telah ada pembaruan atau bahwa konversi dari format horizontal ke vertikal kurang baik. Photoshop sering kali mengkonversi logo yang dibuat dengan RGB ke CMYK tanpa melakukan pengecekan saturasi.



Gambar 12.9 Opsi Lipatan

Presentasi

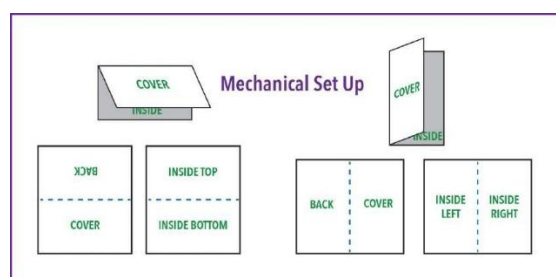
Klien jarang memiliki kemampuan untuk memvisualisasikan. Mereka mungkin percaya

bahwa mereka dapat membayangkan sesuatu secara akurat dalam pikiran mereka, tetapi begitu seorang desainer grafis menjelaskan arah desain berdasarkan premis ini, komunikasi menjadi sulit, dan desain gagal memenuhi harapan klien. Saat membahas kartu nama lipat, pengaturan untuk dummy mekanis dan lipat berbeda dari penyajiannya dalam urutan yang mudah dipahami.

Mulailah dengan sampul yang berdiri sendiri pada satu halaman, lalu lanjutkan ke halaman terpisah untuk bagian dalam dan belakang. Ini membawa klien melalui bagaimana publik akan benar-benar melihatnya dan alur visualnya. Tampilkan dalam ukuran sebenarnya 100%. Menyajikan dalam format cetak memudahkan penanganan masalah ukuran dan ruang, tetapi saat menampilkannya di layar, kemungkinan besar tidak akan 100% dan malah akan secara otomatis mengisi layar berdasarkan resolusi monitor. Saat Anda menyimpannya sebagai PDF, Anda memiliki beberapa kendali. Proses yang direkomendasikan untuk presentasi di layar adalah melalui program interaktif seperti Zoom, FaceTime, atau Teams, sehingga desainer grafis dapat mengontrol presentasi dan ukuran tampilan.

Desainer grafis harus hadir dalam presentasi, baik secara fisik maupun daring, untuk menilai dan mencatat tanggapan. Selama tahap revisi, klien mungkin menjadi bosan, fokus pada detail kecil, dan melupakan tanggapan awal mereka terhadap desain. Desainer dapat mengingatkan klien mengapa mereka memilih konsep tertentu, mencegah mereka mengalami kemunduran dalam alur kerja. Kebetulan, proses ini sama untuk semua presentasi, seperti brosur, press kit tiga dimensi, kemasan, dan branding produk. Dengan mengendalikan presentasi, desainer grafis dapat menjawab pertanyaan seiring berjalannya proses dan mengklarifikasi kebingungan apa pun daripada mencoba menjelaskan setelahnya.

Untuk menghemat waktu, banyak desainer grafis akan menata desain kartu nama secara mekanis, yang dapat membingungkan klien. Pada lipatan vertikal, panel kiri mewakili bagian belakang, tetapi klien mungkin salah mengira itu sebagai sampul. Penempatan panel atas terbalik pada lipatan horizontal semakin memperumit alur visual. Desainer grafis harus mendesain panel belakang dalam urutan baca yang benar—yaitu, panel demi panel.



Gambar 12.10 Tata Letak Kartu Nama Lipat

Konfigurasi mekanis

Memulai proses mekanis melibatkan komunikasi dengan percetakan untuk menentukan pengaturan yang mereka sukai. Percetakan mungkin menawarkan untuk mengkonfigurasi mekanik jika desainer grafis menyediakan file asli. Proposal ini tampak efektif, tetapi desainer tetap harus membuat bleed. Layanan ini dapat dikurangkan dari

tagihan desainer jika percetakan menagih klien. Biaya percetakan untuk layanan ini mungkin lebih tinggi daripada yang akan dikenakan desainer sebagai bagian dari proyek.

Percetakan perlu menawarkan panduan untuk membangun sistem mekanis yang menggabungkan templat gang-up atau pengaturan kartu nama individual. Percetakan dapat menawarkan sampel kertas jika pengecekan cetak memungkinkan. Bangun hubungan ini. Jika percetakan menghubungi desainer daripada pelanggan untuk mengatasi masalah mekanis, ini dapat meningkatkan hubungan desainer dengan klien. Salah satu hasil potensial dari kolaborasi dengan percetakan adalah mereka dapat merekomendasikan desainer grafis kepada pelanggan mereka.

Lorem ipsum

Ketika seorang desainer mulai membuat tata letak konsep, mereka harus menggunakan teks placeholder dan berkonsentrasi pada desain daripada tipografi. Ini memungkinkan mereka untuk fokus pada tata letak visual. Teks Yunani akan memberi tahu penulis kira-kira berapa banyak kata yang harus ditulis. Teks contoh yang paling umum adalah esai Latin berikut yang berjudul "Tentang Ekstrem Kebaikan dan Kejahatan" oleh seorang pengacara Romawi bernama Cicero. Teks ini telah digunakan selama lebih dari tiga ratus tahun.

Lorem ipsum dolor sit amet, consetetur sadipscing elitr, sed diam nonumy eirmod tempor invidunt ut labore et dolore magna aliquyam erat, sed diam voluptua. At vero eos et accusam et justo duo dolores et ea rebum. Stet clita kasd gubergren, no sea takimata sanctus est. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Gambar 12.11 Bukan Kesalahan Tipografi — Ini Adalah Isi Teks.

Dikenal sebagai "mengubah" isi teks menjadi teks Yunani, teks ini biasanya tidak dapat dibaca oleh klien, sehingga mereka fokus pada desain. Ini memberikan perkiraan yang cukup baik tentang bagaimana tampilan konten bahasa Inggris dengan ascender dan descender, dan desainer dapat menunjukkan spasi antar baris dan spasi antar karakter.



Gambar 12.12 Lelucon Internal.

Critique Demonstration — Business Cards

Untuk menciptakan kesan pertama yang menarik dengan kartu nama, desainer grafis harus memprioritaskan konsep desain terlebih dahulu. Meskipun perhatian yang cermat terhadap detail sangat penting selama tahap pembuatan desain awal, hal itu dapat ditunda hingga desainer grafis pemula membuat sketsa dan tata letak konsep yang efektif. Desainer grafis pemula sering membuat kesalahan serupa dalam tata letak, seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Kritik #1



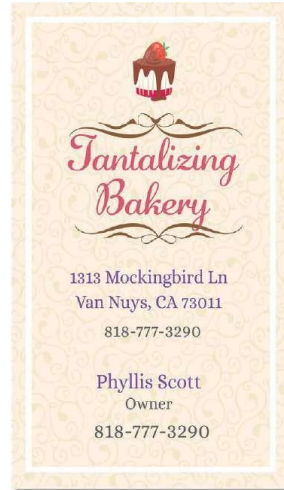
Gambar 12.13 Sebelum Penyempurnaan.

Contoh kartu nama yang perlu diperbarui untuk meningkatkan penampilan profesionalnya agar dapat memperluas layanannya. Desainer grafis pemula kurang memahami hierarki visual dan hubungan spasial. Mereka tidak menyukai area kosong dan akan mengisi setiap sudut dengan elemen. Hal ini mengganggu alur visual dan membingungkan komunikasi.

Analisis

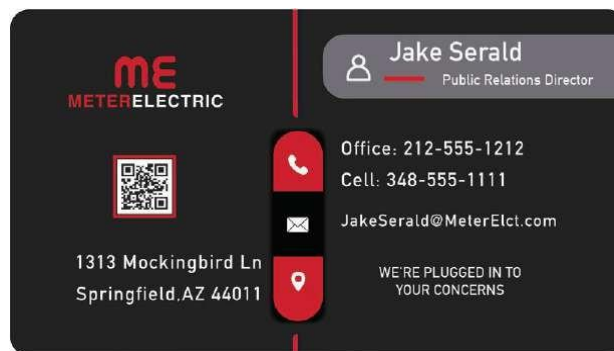
Kontras:	Terdapat beberapa kontras pada palet warna tetapi sangat sedikit dalam hal skala.
Logo:	Logo yang dirancang dengan baik mencakup warna magenta dan cokelat yang menarik. Logo tersebut ditekankan.
Font:	Terlalu banyak jenis huruf yang menciptakan komposisi yang tidak beraturan. Penempatan nomor telepon di dekat tepi tidak profesional.
Keseimbangan:	Keseimbangan simetris nyaman tetapi sangat ramai.
Palet Warna:	Warna-warna menarik sesuai dengan industri.
Spasi:	Spasi canggung dan tidak menarik secara visual.
Hierarki:	Setelah logo, pembaca tidak tahu ke mana harus pergi selanjutnya.
Kesimpulan:	Perusahaan memiliki logo yang dirancang dengan baik, tetapi desain kartu nama tidak memiliki keterampilan atau kepekaan yang sama dalam desainnya.

Kritik #2



Gambar 12.14

Setelah penyempurnaan. Mengubah format menjadi vertikal untuk menciptakan alur visual, menambahkan tekstur filigran halus, berfokus pada merek yang dirancang dengan baik.



Gambar 12.15 Sebelum Penyempurnaan.

Kartu nama ini adalah contoh informasi yang terlalu kecil. Brandingnya kuat dan dapat dikembangkan menjadi strategi pemasaran yang komprehensif. Merek tersebut menggambarkan perusahaan utilitas yang kompeten dan dapat diandalkan.

Analisis

Logo:	Desainnya bagus, tetapi tidak yakin apakah audiens akan tahu bahwa ini adalah perusahaan utilitas. Ukurannya bisa lebih besar agar orang mudah melihatnya setelah menyimpannya di laci untuk komunikasi selanjutnya. Tagline kecil dengan huruf kapital tidak mudah dibaca.
Font:	Audiensnya adalah generasi yang lebih tua. Jenis hurufnya kecil dan tipis serta diisi dengan warna hitam sehingga mengurangi keterbacaan.
Keseimbangan:	Asimetris memberikan energi pada tata letak. Namun, banyaknya penataan menciptakan kebingungan tentang apa yang penting.
Palet Warna:	Berfungsi dengan baik karena didasarkan pada logo dan panduan gaya.
Ruang:	Direncanakan dengan baik agar setiap elemen dapat ditemukan oleh pembaca. Kode QR terlalu kecil untuk dipindai.

Hierarki:	Dikembangkan berdasarkan posisi dan bukan ukuran. Pembaca tidak tahu ke mana harus melihat.
-----------	---



Gambar 12.16 Hasil Final: Optimasi Tata Letak, Ukuran Huruf, Dan Kode QR

Kesimpulan: Entah mengapa, desainer grafis menggunakan ikon dari web untuk pemasaran cetak. Ini menyiratkan bahwa audiens tidak cukup pintar untuk mengenali nomor telepon atau alamat email, dan ikon tersebut hanya menambah kekacauan. Pada situs web seluler, nomor telepon dan alamat email biasanya tidak terlihat karena ikon jenis ini diklik untuk menghubungi nomor atau membuka program email. Pengguna dapat menekan ikon pada kartu nama, tetapi tidak akan terjadi apa pun.

Kritik #3



Gambar 12.17 Sebelum Penyempurnaan.

Ini adalah tata letak yang canggih dengan warna latar belakang dan bentuk yang kuat. Sayangnya, terdapat terlalu banyak teks yang sangat kecil dan sulit dibaca. Desainer grafis harus mengatasi masalah ini dalam briefing dengan klien dan melihat apakah mereka dapat mencetak kartu nama dua sisi sesuai anggaran mereka. Dalam percetakan, biaya utama adalah jenis kertas, jadi pencetakan dua sisi seharusnya terjangkau.

Analisis

Kontras:	Latar belakang cerah dengan area putih menarik perhatian. Teksnya hitam putih dan mengurangi energi bentuk oranye.
Logo:	Logo yang menarik sangat kecil sehingga tampak tidak penting.
Font:	Sebagian besar teks berukuran 6 hingga 9 poin. Selain tagline, tidak ada yang menonjol — termasuk nama perusahaan atau orang tersebut.
Keseimbangan:	Teks dan spasi antar baris sangat rapat, tetapi komposisi asimetrisnya

	berfungsi dengan baik.
Palet Warna:	Oranye dinamis dan perlu dicetak dengan PMS atau mungkin tampak kecoklatan.
Ruang:	Ruang visual sangat terbatas dalam tata letak ini karena banyaknya teks. Hierarki: Pemirsa tidak diarahkan ke elemen yang paling penting.
Kesimpulan:	Menggunakan kartu dua sisi akan memungkinkan informasi untuk disesuaikan ukurannya agar mudah dibaca. Tentu saja, sebagai desainer, akan lebih baik untuk mengedit sebagiannya, tetapi jika klien bersikeras, ada solusi yang lebih baik seperti yang ditunjukkan di bawah ini.

Kritik #4



Gambar 12.18: Optimasi Kartu Dua Sisi (Perusahaan & Staf) Dengan Branding Konsisten

Kartu nama ini memiliki masalah desain, tetapi memiliki banyak kualitas menarik. Setelah diskusi yang ramah, diputuskan bahwa logo dapat didesain ulang, tetapi mereka tidak berkomitmen untuk membayarnya kecuali mereka menyetujuinya. Sebagai perusahaan yang selalu memberikan lebih dari yang diterima klien mereka, kami menyetujui persyaratan ini. Mereka menggunakan tanda ampersand (&) untuk menyiratkan bahwa dalam daftar hasil yang mereka berikan kepada klien, selalu ada "dan" sesuatu yang lain yang disertakan.

Cat air biru pada jendela didasarkan pada desain proyek pertama mereka. Jenis huruf kursif menunjukkan fleksibilitas mereka, dan palet abu-abu biru menyiratkan keandalan mereka dalam memenuhi tenggat waktu dan aman dalam hal tidak melebihi anggaran.



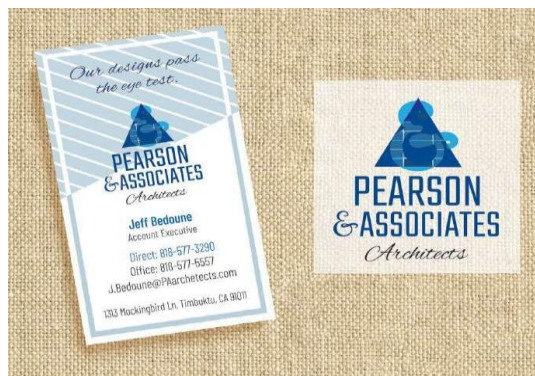
Gambar 12.19a Sebelum Penyempurnaan.

Analisis

Kontras:	Kuat dalam ketebalan, ukuran, dan spasi huruf.
Logo:	Huruf kursif terlalu sulit dibaca dan terlalu kecil. Bukan titik fokus kartu nama.
Font:	Ketinggalan zaman dan tidak menyatu dengan grafik bersudut. Konten rata kiri yang bertingkat tampak janggal terhadap garis tegas dari batang.
Keseimbangan:	Asimetris menambah energi dan alur visual. Palet Warna: Terbatas tetapi warna-warna analogisnya serasi.
Ruang:	Terencana dan logis kecuali celah yang terlalu besar antara tagline dan nama.
Hierarki:	Setelah tagline, semua elemen lain terlalu kecil untuk dibaca dan tidak seimbang dengan logo.
Kesimpulan:	Klien perlu melihat desain yang berbeda agar mereka dapat memberikan kritik yang segar dan tidak bias. Kartu tersebut perlu mempertahankan grafis untuk menjaga merek tetap mutakhir namun mudah dikenali. Berdasarkan jarak dan ukuran huruf pada desain sebelumnya, tata letak dibuat vertikal dengan hierarki yang mudah diikuti dan ukuran huruf antara delapan dan sebelas poin dengan tagline pada 12 poin. Logo menekankan tanda ampersand (&), dan elemen-elemen kecil yang berantakan dihilangkan. Dalam beberapa tahun ke depan, mereka mungkin terbuka untuk penyederhanaan logo lebih lanjut.



Gambar 12.19b Sebelum Penyempurnaan.



Gambar 12.20 Optimasi Layout Vertikal Dan Tipografi Sesuai Elemen Grafis Branding

Kritik #5

Memberikan ruang hanya untuk sekadar mengisi ruang dalam tata letak bukanlah tujuan utama. Namun, menarik minat pembaca dan menciptakan pandangan bawah sadar bahwa perusahaan profesional dan sukses adalah tujuan yang dapat dicapai. Kartu nama ini menyulitkan pembaca untuk menemukan informasi yang relevan dan menghubungi seseorang yang berbisnis dengan perusahaan tersebut.



Gambar 12.21 Sebelum Penyempurnaan.

Analisis

Kontras:	Semuanya berukuran sama dan tidak ada ruang.
Logo:	Merek yang bagus dan mudah dibaca jika diperbesar. Ini adalah gaya yang berbeda dan modern untuk tukang ledeng dan akan mudah diingat.
Font:	Terlalu banyak jenis huruf yang ditambahkan ke estetika tata letak yang berantakan.
Keseimbangan:	Simetris tetapi tidak dengan cara yang baik untuk membantu pembacaan.
Palet Warna:	Biru cocok untuk subjek dan menyiratkan kompetensi.
Ruang:	Hampir tidak ada area kosong yang tersedia yang menambah kekacauan tata letak.
Hierarki:	Tidak ada — hanya hal-hal yang tidak dapat dibaca.
Kesimpulan:	Terlalu banyak informasi. Sebagai desainer grafis, ini merugikan klien jika menyertakan semua hal yang seharusnya ada di iklan satu halaman penuh. Desainer perlu bekerja sama dengan klien dan mencantumkan tiga komunikasi terpenting untuk materi pemasaran ini.



Gambar 12.22: Optimasi Logo Dan Font Sans Serif Dengan Elemen Grafis Tetap

Kritik #6

Sama seperti font yang terlalu kecil sulit dibaca, font yang terlalu besar juga sulit dibaca. Font di sini berkisar dari 9 poin hingga 16 poin dengan sebagian besar font berukuran 12 poin. Ruang antar huruf sangat terbatas dan tata letak yang terlalu padat tidak menampilkan perusahaan dengan baik. Ketika calon pelanggan menerima kartu nama seperti contoh ini, mereka mungkin tidak ingin bersusah payah untuk membacanya.



Gambar 12.23 Sebelum Penyempurnaan.

Analisis

Kontras:	Penggunaan skala sangat minim untuk membuat kartu ini menarik.
Logo:	Logo bisa lebih kecil dengan ruang di sekitarnya agar mudah terlihat.
Font:	Jenis huruf telah dipadatkan sehingga terlihat aneh dan menciptakan celah yang tidak wajar dalam tulisan. Alih-alih memilih jenis huruf yang lebar, desainer grafis sebaiknya memilih jenis huruf yang lebih padat.
Keseimbangan:	Agak simetris tetapi dengan ruang yang sangat sedikit dan ukuran huruf yang besar, sulit untuk mengatakan apakah ada keseimbangan dalam desain.
Palet Warna:	Nuansa dan coraknya cocok dengan warna emas, tetapi warna merah tidak pada tempatnya dan menghilangkan kesan desain yang canggih.
Ruang:	Cukup jelas bahwa tidak ada ruang.
Hierarki:	Setelah logo, pemirsa akan beralih ke konten berwarna merah, tetapi setelah itu mereka akan tersesat dalam teks.
Kesimpulan:	Kartu ini membutuhkan sesuatu untuk menarik pelanggan potensial. Kartu ini dicetak pada kertas karton tebal untuk membantu kekakuan dan dipotong di sekitar tanda dolar karena pesannya adalah kliennya menghasilkan uang. Kode QR akan menambahkan informasi tenaga penjualan ke kontak telepon seluler pelanggan.

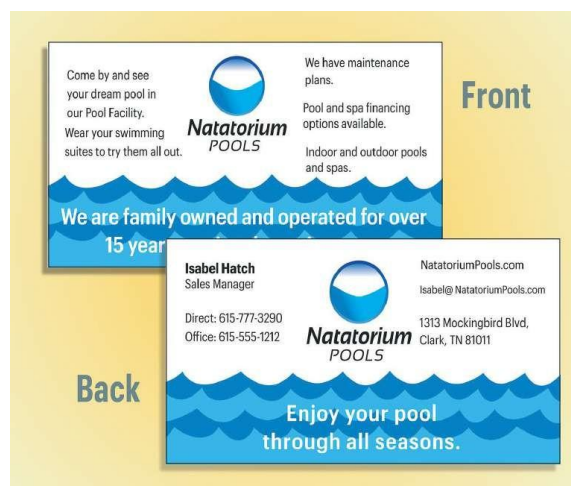


Gambar 12.24 Presentasi Kartu Miring Di Atas Marmer Emas Agar Selaras Dengan Logo

Kritik #7

Dalam meninjau elemen-elemen kartu nama, logo tersebut merupakan desain yang bagus. Gelombang adalah ide yang menarik, tetapi lebih mewakili marina daripada perusahaan kolam renang.

Palet Warna:	Warna biru cocok, tetapi warna komplementer pada logo akan lebih menarik perhatian pemirsa.
Ruang:	Sebagian besar area terisi.
Hierarki:	Setelah ombak dan logo, mata pemirsa kesulitan untuk memahami informasi.
Kesimpulan:	Tata letak ini terasa ketinggalan zaman dan ombak menambah kekacauan. Karena mereka mencoba menjual sifat santai dan menghibur dari kolam renang, ombak yang lebih halus dan bergaya akan memodernisasi desain.



Gambar 12.25 Gelombang Modern Dengan Warna Komplementer Biru

12.7 GAYA DESAIN KARTU NAMA

Standar

Pendekatan ini bersih dan sederhana, menggunakan warna dan elemen minimal. Solusi mendasar ini berfokus pada font modern dan bersih dengan sedikit atau tanpa grafik, tekstur, gradasi, atau gambar. Tata letak biasanya horizontal dan simetris. Kontraktor, profesional



perusahaan, ritel, dan industri berorientasi layanan menggunakan tata letak ini.

Tradisional

Bentuknya klasik, menampilkan tata letak simetris yang terstruktur dan penekanan yang kuat pada konten. Para profesional di industri hukum dan medis, bankir, perusahaan investasi, dan konsultan menggunakan palet warna terbatas yang menyeimbangkan warna dan nuansa netral dengan font serif.

Inovatif

Model ini terkadang kurang formal dan menunjukkan kualitas eksperimental dalam hal warna yang digunakan dalam tipografi dan grafis. Warna-warna yang menarik perhatian dan cerah ini kontras dengan area terbuka yang luas dan menggunakan tata letak yang unik. Seni, hiburan, para kreatif, dan pemasar menggunakan warna-warna ini.

Vintage

Desain ini menggabungkan elemen-elemen populer dari tahun 1950-an hingga 1980-an, menggunakan font tulisan tangan dan vintage. Warna primer dan sekunder yang kuat membentuk palet warna. Biasanya, tata letak asimetrisnya horizontal, menekankan tekstur dan pola daripada ruang. Digunakan oleh para profesional di bidang hiburan dan untuk kafe, gedung pertunjukan, dan pusat acara.

Mewah

Elemen-elemennya bersih, canggih, dan menunjukkan kualitas, baik disusun secara vertikal maupun horizontal. Elemen-elemen tersebut seimbang secara simetris pada latar belakang hitam atau putih yang kaya, dengan font yang berjarak antar huruf. Beberapa pengaturan huruf semuanya huruf besar dan biasanya berpusat. Logo dapat diembos, atau dicap foil, membutuhkan kertas tebal dan halus. Digunakan oleh dealer mobil mewah, toko perhiasan, konsultan investasi, dan industri keuangan.

Modern

Biasanya menampilkan skema warna monokromatik dan font sans serif yang disusun secara horizontal. Grafik minimal digunakan bersama dengan ruang untuk penekanan. Digunakan oleh para profesional mode, agen real estat, dan universitas.

Geometris

Variasi font sans serif tebal atau tipis menggemakan elemen sudut dan lingkaran. Model terstruktur kontemporer ini menggunakan warna sederhana dan latar belakang terang, mungkin pola samar. Arsitek, pengembang perangkat lunak, insinyur, dan industri manufaktur teknologi menggunakan model ini.

Hijau

Jenis huruf biasanya dicetak dalam nuansa hijau dan biru, atau warna tanah. Pesannya adalah bahwa perusahaan tersebut terlibat dalam daur ulang dan merupakan perusahaan yang ramah lingkungan. Tata letak vertikal populer bila dikombinasikan dengan tata letak simetris. Insinyur, perusahaan minyak dan gas, pertanian organik dan distributor, serta hotel dan tur kembali ke alam, menggunakan tata letak vertikal.

Interaktif

Beberapa halaman, potongan khusus, dan kertas timbul menciptakan kartu nama taktil

dengan palet warna dasar dan font sans serif modern. Digunakan oleh tenaga penjualan, pemilik usaha, dan pembeli media.

Digital

Alat kecerdasan buatan mungkin telah menciptakan warnanya, tetapi warnanya berani dan menampilkan tekstur serta pola yang kuat. Ruang diisi dengan warna dan tipografi. Tata letak simetris horizontal dengan jenis huruf sans-serif. Berbagai industri secara bertahap mengadopsi pendekatan baru ini.

Portfolio Building Assignment – Business Card

Buat kartu nama yang menarik dari informasi yang diberikan. Anda menentukan apa yang perlu ada di kartu nama dan berapa banyak sisi yang perlu dicetak. Untuk inspirasi, kumpulkan contoh kartu nama yang dirancang dengan baik (misalnya, cari contoh di internet dan ambil tangkapan layar). Analisis teks yang diberikan di bawah ini dan tentukan apa yang harus ada dalam desain Anda berdasarkan arahan klien yang disertakan setelah instruksi.



Gambar 12.26 Referensi visual profil pelanggan menggunakan AI Firefly

Informasi kartu nama

Jessica Wister – manajer penjualan, (771) 555-1212, 111 18th Street NW, Washington, D.C., Jesica@AuBonheur.com, AuBonheur.com

Instruksi

1. Gunakan logo Restoran yang Anda buat untuk Tugas di Bab 7.
2. Buat sketsa tiga hingga enam thumbnail dengan catatan dan ide warna.
3. Di komputer, buat ulang salah satu thumbnail menggunakan InDesign, Photoshop, atau Illustrator menjadi komposisi presentasi.
4. Rancang kartu dengan informasi penting termasuk logo, slogan, dan kode QR.
5. Buat slogan dengan ChatGPT yang menjual menu.
6. Buat 1 contoh kartu nama, 4 warna, bleed, ukuran 2 inci x 3,5 inci. Berikan margin bleed 1/8 inci (0,125) tetapi jangan sertakan dalam presentasi.
7. Simpan komposisi tersebut dalam format PDF untuk portofolio Anda.

Ringkasan Klien

Nama Restoran:	Au Bonheur Grand Restaurant
Jenis/Industri Bisnis:	Restoran



Usia Restoran:	2 tahun
Target Pasar:	Usia 15-25 tahun, Pelanggan restoran kelas atas yang suka menghabiskan dua hingga tiga jam menikmati hidangan multi-kursus.
Kesan:	Tempat duduk yang luas dengan taplak meja yang menutupi meja mahoni, kayu gelap dekoratif menghiasi ruangan dengan pencahayaan lembut.



BAB 13

DESAIN PEMASARAN

13.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Dalam bab ini, pembelajar akan mengevaluasi penerapan desain dalam sejumlah studi kasus. Mereka akan mampu mengintegrasikan tren warna tahun depan. Pembaca akan mampu mengkarakterisasi dasar-dasar komposisi brosur dan iklan.

Terminologi Profesional

Amplop Buklet:	Amplop besar yang memuat surat atau brosur yang belum dilipat.
Ajakan Bertindak:	Kata-kata yang menginspirasi pembaca untuk bereaksi dengan cara tertentu.
Die-cut:	Alat khusus untuk memotong bahan menjadi bentuk atau pola.
Gantungan Pintu:	Pemasaran cetak yang dipasang pada gagang atau kenop pintu.
Bahan Pengingat:	Brosur promosi penjualan pasca penjualan mengingatkan calon pelanggan tentang proposal tersebut.
Ukuran Legal:	Cocok untuk mencetak kertas berukuran 8,5 inci x 14 inci.
Ukuran Letter:	Cocok untuk mencetak kertas berukuran 8,5 inci x 11 inci.
Kop Surat:	Header pada kertas ukuran letter dengan informasi kontak dan logo.
Markup:	Catatan perbaikan yang harus dilakukan pada gambar.
Kartu rak:	Pemasaran untuk menarik pengunjung yang ditempatkan pada rak.
Lembar penjualan:	Pemasaran dengan poin-poin penting untuk membeli produk, layanan, atau acara.
Stok:	Bahan yang digunakan untuk pencetakan yang memiliki ketebalan dan permukaan berbeda.
Ukuran tabloid:	Cocok untuk kertas cetak berukuran 11 inci x 17 inci.
Pameran dagang:	Acara di mana perusahaan memamerkan barang dan jasa mereka kepada calon klien.
Lipatan lipat tiga:	Materi pemasaran yang dilipat dua kali sehingga menghasilkan 6 panel.

13.2 MATERI PEMASARAN PROMOSI

Beberapa saluran ada dalam bidang pemasaran untuk mempromosikan informasi tentang produk, layanan, acara, atau organisasi. Karena teknik dan prinsip kreatif yang sama, desainer grafis mampu menghasilkan berbagai macam materi. Para profesional mengikuti prosedur tujuh langkah dalam proses kreatif: memeriksa ringkasan proyek, menyelidiki masalah, merancang strategi, membuat sketsa dan alternatif tata letak, menganalisis hasil akhir, menyajikan solusi, termasuk modifikasi klien, dan akhirnya membuat desain mekanis.

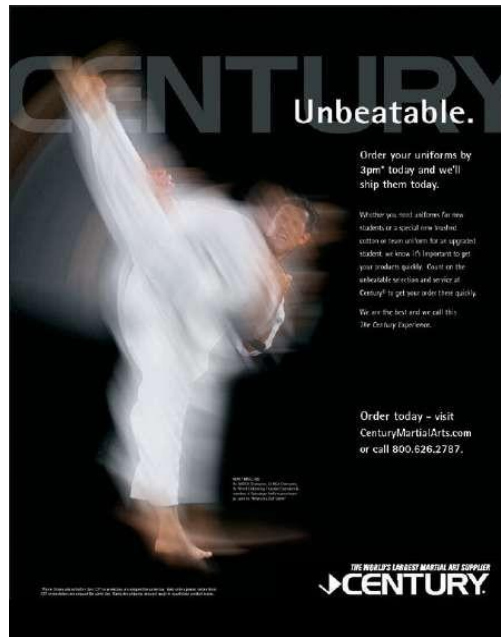


Gambar 13.1 Selebaran Penjualan 4/4 & Nigel Sherry. Perhatikan Teknik *Cropping*, Repetisi, Perataan Teks, Dan Palet Warnanya

Perusahaan percetakan memimpin pasar desain untuk kartu nama, kop surat, dan amplop. Kedua perusahaan akan membebaskan biaya desain atau memasukkannya ke dalam biaya pencetakan. Meskipun desainer grafis memiliki kemampuan untuk menghasilkan komunikasi korporat yang penting ini, pasar untuk layanan tersebut sangat kecil. Mencetak katalog mahal, dan telah digantikan oleh platform online. Surat elektronik telah mengambil alih kop surat tradisional sebagai mode komunikasi yang dominan. Kode QR dengan cepat menggantikan kartu nama tradisional.

Pemasaran cetak adalah sektor yang menguntungkan dalam bidang desain grafis. Empat promosi yang sering digunakan, masing-masing disesuaikan dengan anggaran dan tujuan tertentu, adalah selebaran, gantungan pintu, brosur lipat tiga, dan amplop. Pamflet adalah desain satu halaman yang dapat berupa satu sisi atau dua sisi dan terkadang dilipat. Efektivitas biayanya membuat pamflet cocok untuk distribusi informasi yang ditargetkan tentang acara, penawaran khusus, atau promosi.

Meningkatnya popularitas door hanger dapat dikaitkan dengan kenaikan tarif pos dan pengurangan biaya pencetakan. Mereka secara strategis menempatkan materi pemasaran di depan pintu calon pembeli. Meskipun masa pakainya mungkin singkat, door hanger memberikan paparan langsung kepada pemilik rumah, menghindari persaingan kotak pos yang penuh dengan surat langsung. Setiap brosur tiga lipatan dapat dimasukkan ke dalam amplop untuk pengiriman massal atau didistribusikan langsung ke penerima, memungkinkan penyimpanan yang nyaman di saku celana atau tas.



Gambar 13.2 Selebaran Branding (4/0) & Todd Bane. Desain Fokus Pada Konten Rata Kiri Menuju *Call To Action*

Menempatkan branding dan informasi promosi di bagian luar amplop dapat secara efektif menarik konsumen untuk membukanya. Tujuan desainer grafis adalah menciptakan desain yang akan menarik penerima untuk melihat isinya.

13.3 SELEBARAN SEBAGAI MEDIA CETAK

Tujuan utama klien adalah memaksimalkan pengembalian investasi sesuai anggaran mereka. Pendekatan yang paling efektif adalah bagi desainer grafis dan klien untuk terlibat dalam percakapan mengenai tujuan selebaran. Diskusi ini harus menentukan dimensi selebaran, jumlah warna, kemungkinan PMS, dampak tumpang tindih, dan apakah akan dicetak di kedua sisi.

Kertas adalah komponen pencetakan yang paling mahal. Selebaran biasanya merupakan cetakan berbiaya rendah, karena menggunakan kertas tipis dan berkualitas rendah untuk pamflet atau brosur. Sebagai respons taktil, individu secara tidak sadar mengamati ketebalan dan kualitas kertas sebelum mengevaluasi informasi. Semakin tebal kertas, semakin besar kemungkinan pembaca akan berhenti untuk melihat pesan tersebut.

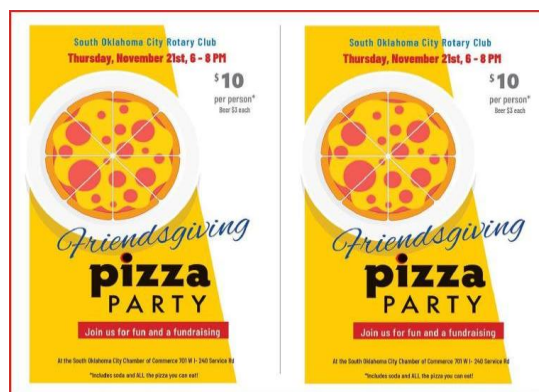
Saat mengerjakan anggaran pencetakan, lamanya waktu brosur berada di mesin cetak memengaruhi anggaran. Biaya operasional mesin cetak meningkat sebanding dengan ukurannya, tetapi memiliki keuntungan memungkinkan pencetakan simultan lebih banyak halaman. Mesin cetak 4 warna mampu menghasilkan CMYK, sedangkan mesin cetak 6 warna atau lebih tinggi dapat menggabungkan warna PMS. Atau, jika jumlah cetakan terbatas, klien dapat memilih printer laser digital yang menyalin dalam format CMYK tanpa tinta PMS. Ada pilihan terbatas untuk jenis kertas, dan kualitas akhir sangat bergantung pada ketebalan kertas.



Gambar 13.3 Contoh Mesin Cetak Besar.

Rincian Petunjuk Firefly: Mesin cetak modern besar beroperasi dengan selebaran berwarna cerah di atas kertas pada jalur produksi; tampilan depan; proses teknologi industri. Teks ditambahkan dengan Photoshop.

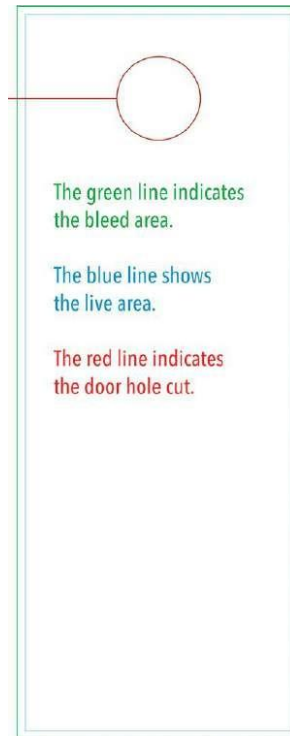
13.4 FORMAT DESAIN PEMASARAN



Gambar 13.4 Tata Letak Dua Pamflet Per Halaman *Letter Size* Tanpa *Bleed* (Margin Putih) Untuk Menggandakan Jumlah Cetakan

Pamflet standar berukuran letter size, 8,5 inci x 11 inci. Pamflet dapat dicetak satu sisi atau kedua sisi dan juga disebut sebagai selebaran, lembar penjualan, atau brosur yang ditinggalkan. Pamflet dapat dicetak secara horizontal dua lembar dalam satu halaman, sehingga setiap pamflet berukuran lebar 5 inci dan tinggi 8,5 inci, atau secara vertikal 4,15 inci x 11 inci. Apakah desain terpengaruh oleh ukuran atau tidak bergantung pada area yang dibutuhkan untuk bleed.

Gantungan pintu ini memiliki dimensi yang hampir sama dengan selebaran setengah halaman vertikal, berukuran 4,125 inci x 10,875 inci, dan dilengkapi dengan lubang potong untuk gagang pintu rumah. Untuk mendapatkan ukuran yang tepat, desainer harus menghubungi percetakan dan meminta templat. Templat potong sangat penting bagi desainer grafis karena memberikan tanda yang tepat pada area pemotongan. Presentasi harus sengaja menunjukkan area tersebut sebagai kosong untuk mengkomunikasikan dengan jelas kepada klien bahwa tidak akan ada konten di lokasi tersebut.



Gambar 13.5 Templat Gantungan Pintu Dengan Area Yang Ditandai Untuk Desainer Grafis.

Rincian: Pada tata letak dan mekanik, templat dapat ditempatkan tetapi pilih opsi lapisan agar tidak dicetak. Ini hanya untuk referensi seniman.



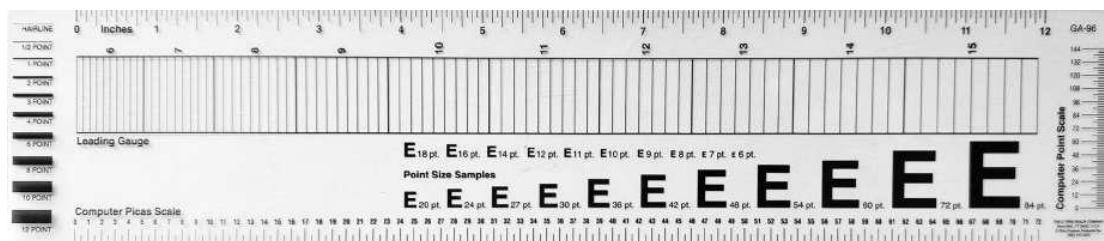
Gambar 13.6 Desainer Grafis: Neal Hettinger. Contoh Gantungan Pintu.

Garis hijau pada templat menunjukkan area bleed. Hanya elemen yang tidak penting seperti gambar latar belakang yang akan melewati garis ini karena area ini akan dipotong. Garis biru menunjukkan area aktif untuk teks, logo, dan elemen penting. Apa pun yang tidak berada di area ini dapat dipotong. Garis merah menunjukkan potongan lubang pintu. Potongan untuk lubang pintu harus mencakup gambar dan latar belakang tetapi tidak

termasuk elemen penting karena akan dipotong.

Saat mendesain gantungan pintu, penting untuk mengalokasikan area khusus untuk gagang pintu, memastikan bahwa penerima tidak dapat melihat apa yang ada tepat di bawahnya saat mereka mendekati pintu. Judul harus menarik perhatian penerima, diikuti oleh pesan yang ringkas. Informasi kontak harus mudah ditemukan.

Desainer grafis mungkin diminta untuk mendesain amplop pemasaran dan harus menghubungi percetakan untuk area cetak dan kantor pos untuk persyaratan area pencetakan. Brosur lipat tiga berukuran praktis untuk dimasukkan ke dalam amplop bisnis yang juga dikenal sebagai amplop #10 dan berukuran 4,125 x 9,5 inci. Brosur lipat tiga juga akan muat ke dalam amplop #9 yang berukuran 3,875 x 8,875 inci. Amplop undangan berukuran 5,25 x 7,25 inci, dan amplop buklet untuk selebaran yang belum dilipat berukuran 9 x 12 inci.



Gambar 13.7 Penggaris Desain Grafis Yang Jelas Dengan Poin, Pica, Inci, Ukuran Karakter, Ukuran Spasi Antar Baris, Dan Goresan.

Memahami pengukuran

Proses pembuatan huruf cetak panas melibatkan pengecoran huruf cetak dalam alas timah, yang dikenal sebagai badan atau tangkai, dengan timah tambahan di sekitar karakter. Pengukuran huruf cetak saat ini berasal dari penggunaan penggaris poin oleh pencetak untuk mengukur jarak antara tepi atas dan bawah badan timah. Meskipun cara mengukur huruf cetak ini didasarkan pada teknologi kuno, cara ini sangat melekat dalam bidang desain grafis kita sehingga akan sangat sulit untuk mengubahnya sekarang.

Dalam tipografi mereka, desainer grafis menggunakan poin dan pica sebagai satuan pengukuran. Meskipun satuan tersebut dapat dibandingkan dengan milimeter dan inci, ukurannya jauh lebih kecil. Satu pica terdiri dari dua belas poin, dan enam pica sama dengan satu inci. Oleh karena itu, 72 poin setara dengan satu inci. Sebagai perbandingan, milimeter yang lebih besar setara dengan 0,35 poin. Huruf cetak dingin mengacu pada huruf cetak komputer. Huruf berukuran 72 poin yang dihasilkan secara digital akan lebih kecil atau lebih besar daripada huruf cetak 72 poin karena para ahli tipografi tidak dapat mengukur ketebalan timah dan harus memperkirakannya secara visual.

Ada keuntungan tata letak dalam menggunakan pica. Ketika seorang desainer grafis membuat brosur lipat tiga dengan membagi halaman berukuran letter, 8,5 inci x 11 inci, menjadi tiga bagian di sepanjang sisi panjangnya, akan sulit untuk menandai garis lipatan 3,67 inci dan 7,33 inci. Namun, karena 11 inci sama dengan 66 pica, desainer melipat desain pada tanda 22 dan 44 pica. Akan lebih mudah juga untuk membagi sisi pendek halaman berukuran

51 pica menjadi tiga jika desainnya mengharuskan lipatan berada di sepanjang sisi 8,5 inci. Alih-alih 2,83 inci, seorang desainer grafis akan menempatkan setiap lipatan pada 17 pica.



Gambar 13.8 Klien Mimpi Buruk Seorang Desainer Grafis.

Rincian Ai: Dua gambar yang dibuat di Firefly dan diedit ulang termasuk grafis kaos dan gelembung percakapan di Photoshop.

13.5 FUNGSI ADALAH DESAINNYA

Karena desainer grafis sering mendengar frasa "fungsi adalah desainnya" atau kata-kata bijak serupa, mereka sering cenderung melupakannya saat memulai solusi desain. Tujuan dari materi pemasaran, target audiens, dan konten yang dikomunikasikan adalah fungsi desain akhir. Ada banyak jenis brosur, dan semuanya didasarkan pada target audiens.

Seniman komersial menentukan palet warna, jenis gambar, ukuran font, dan jenis huruf berdasarkan karakteristik yang dikenal sebagai demografi. Audiens yang lebih tua mungkin membutuhkan jenis huruf tradisional yang lebih besar, dan pembaca yang lebih muda mungkin lebih menyukai font sans serif yang lebih kecil. Desainer grafis perlu menerima ringkasan proyek dengan informasi tentang kelompok yang ditentukan, yang mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, ras, tingkat pendidikan, agama, status perkawinan, dan lokasi geografis. Desain brosur juga didasarkan pada subjek, distribusi dan durasi acara atau promosi, dan seberapa sensitif waktu acara atau promosi tersebut terhadap umur brosur.

Salah satu brosur yang paling umum adalah untuk produk-produk tertentu yang digunakan dalam ritel atau untuk peluncuran produk. Desainer akan menyoroti komoditas tersebut, seringkali mengandalkan gambar produk yang besar, diedit secara intensif, dan berkualitas tinggi. Tipografi akan menyajikan fitur, manfaat, harga, dan lokasi untuk membeli produk. Font yang bersih dan modern akan meningkatkan daya tarik produk.

Selebaran yang mengumumkan acara, seperti festival musik, mungkin menampilkan warna-warna cerah, nama band, dan foto-foto yang berkaitan dengan acara tersebut. Konten akan berfokus pada tanggal, waktu, lokasi, dan detail penting acara dengan font besar dan menarik perhatian. Selebaran lokakarya mungkin tidak menggunakan warna-warna mencolok tetapi akan berfokus pada detail seperti kelas, tanggal, topik, dan informasi pendaftaran.

Selebaran promosi mengiklankan penjualan, diskon, atau penawaran khusus. Gambar berupa foto atau ilustrasi berkualitas tinggi dari produk atau layanan. Tipografi akan



menekankan diskon atau pesan promosi dengan angka persentase yang tebal, kode promo, dan penawaran terbatas waktu. Misalnya, selebaran toko ritel yang menyoroti penjualan musiman akan menggunakan gambar produk dan memiliki ajakan bertindak yang jelas untuk pemirsa yang dituju.

Selebaran informasi, seperti yang dibagikan pada acara amal penggalangan dana, memberikan informasi terperinci tentang topik, layanan, atau produk tertentu dan dapat disajikan dalam poin-poin atau bagian kotak. Jenis selebaran ini biasanya memiliki detail tentang cara mendaftar dan berdonasi, beserta foto-foto peserta. Desain harus menggunakan tata letak yang sederhana dan mudah diikuti dengan visual yang menarik seperti infografis, ikon, dan foto. Untuk menarik pembaca, tipografi harus menggunakan font yang mudah dibaca dengan fokus pada hierarki dan spasi. Selebaran layanan kesehatan dapat menampilkan layanan yang ditawarkan, dengan bagian untuk setiap layanan, dan mengarahkan pandangan ke informasi kontak.

Perusahaan menggunakan selebaran untuk mempresentasikan layanan, produk, atau merek perusahaan secara profesional. Departemen pemasaran mereka biasanya lebih menyukai desain Swiss atau minimalis yang mengikuti panduan branding perusahaan. Kontennya bisa sangat banyak, jadi desainer perlu mempertimbangkan font yang ringkas dengan ukuran font terkecil yang mudah dibaca untuk audiens target. Perusahaan akan menginginkan gambaran umum layanan atau produk, detail kontak, dan mungkin beberapa bentuk pernyataan misi perusahaan. Desain harus profesional dengan gaya yang konsisten.

Fokus selebaran real estat adalah untuk mempromosikan properti yang dijual atau disewa. Beberapa gambar properti beresolusi tinggi akan menarik perhatian audiens, dan tipografi harus mudah dibaca untuk detail utama seperti harga, lokasi, dan informasi kontak. Sekali lagi, jenis konten harus sederhana dan memiliki hierarki visual. Selebaran tentang penataan lanskap juga akan memuat banyak foto taman dan halaman yang indah, serta daftar layanan dengan pilihan harga.

Hierarki visual akan mempertimbangkan setiap jenis desain selebaran untuk memprioritaskan kebutuhan spesifik. Baik itu menarik banyak orang ke suatu acara, meningkatkan penjualan, atau meningkatkan kesadaran akan suatu tujuan, pilihan desain harus selaras dengan tujuan selebaran dan target audiens untuk memastikan selebaran tersebut secara efektif mengkomunikasikan pesannya.

13.6 SELEBARAN BUKANLAH IKLAN

Selebaran terutama digunakan untuk tujuan informatif. Selebaran dirancang untuk memberikan informasi rinci tentang acara, promosi, produk, atau layanan tertentu. Tujuannya seringkali untuk menginformasikan, mengundang, atau mengingatkan orang tentang sesuatu yang spesifik. Selebaran bertujuan untuk mendistribusikan informasi langsung kepada target audiens yang tertarik, seringkali dengan maksud untuk mendorong tindakan segera, seperti menghadiri suatu acara, mengunjungi suatu lokasi, atau memanfaatkan penawaran khusus. Iklan muncul dalam berbagai format termasuk cetak, digital, siaran, dan iklan luar ruangan kepada audiens potensial.



Gambar 13.9 Selebaran Dan Iklan Pianis & Nigel Sherry.

Perhatikan bahwa selebaran memiliki lebih banyak informasi, ruang yang lebih sedikit, dan tata letak yang lebih rumit dibandingkan dengan iklan. Dibuat dengan InDesign, Illustrator, dan Photoshop. Desainer pemula sering kali salah mengira dua materi pemasaran, selebaran dan iklan, sebagai proyek pemasaran yang sama. Informasi selebaran umumnya menarik bagi pemirsa dan mereka biasanya cenderung tidak mengabaikannya. Iklan berfokus pada menciptakan dampak visual dan emosional yang kuat untuk menarik perhatian dengan cepat, karena pemirsa biasanya ingin beralih ke hal lain. Calon pelanggan dapat mengambil selebaran secara langsung, menempelkannya di papan pengumuman, mendistribusikannya di kotak surat, atau meninggalkannya di tempat umum. Selebaran juga dapat didistribusikan secara digital sebagai PDF atau gambar melalui email atau media sosial.

Selebaran seringkali berisi lebih banyak detail, termasuk tanggal, waktu, lokasi, dan spesifikasi tentang suatu acara atau promosi. Kontennya dapat mencakup poin-poin, daftar, dan beberapa bagian untuk menyampaikan semua informasi yang diperlukan. Meskipun selebaran masih menarik secara visual, selebaran memprioritaskan komunikasi informasi yang jelas. Desain mendukung teks, dengan penekanan pada keterbacaan dan pengorganisasian. Kami menggunakan elemen visual seperti gambar, logo, dan skema warna untuk menarik perhatian dan memperkuat pesan. Biasanya, selebaran menargetkan audiens lokal tertentu atau kelompok tertentu, seperti peserta acara, pelanggan di area tertentu, atau peserta dalam aktivitas tertentu. Distribusi selebaran langsung kepada calon pelanggan sering kali dilakukan di lokasi tertentu yang relevan dengan audiens, seperti pusat komunitas, sekolah, atau bisnis.

Selebaran memiliki masa pakai terbatas dan melayani acara atau promosi tertentu yang sensitif terhadap waktu. Dampaknya langsung tetapi terbatas pada durasi acara atau promosi. Dampak selebaran bergantung pada distribusinya dan seberapa baik selebaran tersebut mengkomunikasikan pesannya kepada audiens target. Kehadiran fisik selebaran dapat memicu respons langsung.

Meskipun selebaran dan iklan adalah alat komunikasi dan pemasaran, keduanya berbeda dalam tujuan, pendekatan desain, dan metode distribusinya. Pamflet biasanya lebih



detail dan terlokalisasi, sedangkan iklan seringkali lebih luas jangkauannya, lebih beragam formatnya, dan dirancang untuk menciptakan kesan yang kuat dan langsung.

13.7 MENDESAIN MATERI PEMASARAN

Sebuah pamflet biasanya mencakup beberapa elemen desain untuk mengkomunikasikan pesannya secara efektif. Mulailah dengan meneliti produk atau layanan, serta klien. Buat daftar kata kunci dan frasa, mulailah dengan tujuan dan gambar yang tersedia, dan jelajahi pamflet lain dalam industri yang sama. Teliti pamflet yang sepenuhnya berlawanan arah. Jika ada, tinjau panduan gaya branding perusahaan dan pertimbangkan tekstur potensial untuk latar belakang dan tipografi. Selidiki gambar dalam foto stok, gambar dari paket brief klien, dan buat sketsa gambar yang dapat Anda foto di fasilitas klien. Selanjutnya, buat beberapa sketsa kecil dengan catatan untuk palet warna dan jenis huruf potensial.

Desain pamflet yang menarik secara efektif menarik perhatian, menyampaikan pesan yang jelas, dan mendorong tindakan yang diinginkan dari audiens target. Seharusnya memiliki judul yang menarik perhatian, visual yang mencolok, konten yang mudah dibaca, dan tata letak yang mengarahkan mata pembaca ke bawah hierarki visual. Warna dan tipografi yang tepat akan memastikan keterbacaan, bersama dengan kualitas pencetakan. Palet warna harus menyampaikan sensasi tentang produk atau menarik perhatian. Nuansa warna harus ditentukan oleh identitas merek. Audiens yang dituju akan dapat mengidentifikasi pesan dengan menggunakan palet warna yang konsisten.

Untuk mencegah desain menjadi berlebihan, hindari penggunaan warna yang terlalu banyak. Latar belakang yang halus dapat memberikan kedalaman, tetapi penting untuk menghindari apa pun yang terlalu berantakan dan mengalihkan perhatian dari teks dan gambar. Latar belakang dapat berupa warna solid, gradasi, tekstur, atau gambar yang menetapkan nada keseluruhan desain.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, jumlah spasi yang tepat akan meningkatkan kontras dan memikat audiens. Spasi sangat penting dalam pengorganisasian konten dan pembentukan tampilan yang profesional dan rapi. Margin dan spasi baris sering diabaikan oleh desainer pemula, sehingga menghasilkan tampilan brosur yang tidak teratur.

Judul adalah teks yang paling menonjol yang ditampilkan pada brosur. Desain brosur secara efektif menarik perhatian dan memberikan wawasan singkat tentang isinya. Gunakan jenis huruf yang mencolok dan menonjol, atau lingkari dengan ruang kosong untuk meningkatkan visibilitasnya. Teks harus ringkas, persuasif, dan langsung. Terkadang, penyajian informasi tambahan memerlukan subjudul yang disorot dengan ukuran font yang lebih kecil dan dengan ketebalan yang dikurangi.

Bagi pemasar, isi teks atau teks utama adalah bagian terpenting dari brosur karena berisi informasi yang diperlukan yang memungkinkan calon konsumen untuk mengambil keputusan. Pemilihan jenis huruf dapat berdampak besar pada keterbacaan dan nada brosur. Desainer grafis harus memastikan bahwa font telah diatur pada ukuran yang mudah dibaca dan menghindari penggunaan lebih dari tiga jenis huruf. Untuk meningkatkan keterlibatan

pembaca, konten tertulis dapat dipadatkan dengan menggunakan poin-poin atau paragraf singkat.

Dari perspektif seorang seniman grafis, elemen visual yang meningkatkan teks dan menciptakan brosur yang lebih menarik adalah komponen yang paling penting. Elemen tersebut harus menarik pembaca dan mempromosikan produk dengan foto, lukisan, atau ilustrasi yang relevan—gambar berkualitas tinggi yang tidak diperbesar secara signifikan. Karya seni harus seimbang dengan ruang dan teks.

Logo dan branding brosur mewakili identitas perusahaan. Seorang seniman komersial selalu merujuk pada panduan gaya perusahaan untuk warna dan font. Pada presentasi, klien mungkin merasa desainer tidak mampu memberikan solusi yang memuaskan jika brosur tidak mengikuti pedoman. Logo harus ditempatkan pada posisi yang menonjol tetapi tidak berlebihan, dengan ruang di sekitarnya menarik perhatian.

Untuk memotivasi pembaca untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mengunjungi situs web, menghubungi nomor telepon, atau menghadiri acara, hierarki visual harus mengarahkan mereka ke Ajakan Bertindak (Call to Action/CTA). CTA harus dibedakan dengan font atau warna yang lebih tebal dalam desain dan harus menarik serta mudah ditemukan. Informasi kontak harus dengan jelas menunjukkan siapa, apa, dan di mana pembaca dapat menemukan informasi lebih lanjut. Ini dapat mencakup nomor telepon, alamat email, situs web, atau tautan media sosial. Informasi ini harus ditampilkan secara menonjol, disertai dengan detail spesifik seperti tanggal, waktu, dan lokasi.

Klien akan menganggap setiap komponen dalam desain sebagai penting dan perlu ditekankan. Menerapkan pendekatan ini akan menghasilkan desain yang ditandai dengan semua elemen berukuran sama dan kurang kontras atau distribusi ruang yang menarik. Tidak ada item individual yang akan menonjol atau mudah ditemukan.

Desain brosur lipat tiga

Menentukan batasan untuk berbagai informasi pada brosur lipat tiga dimulai dengan margin—ruang kosong di tepi kiri, kanan, atas, dan bawah serta di sepanjang lipatan. Batas, blok warna, lapisan, dan poin-poin dapat mengarahkan pembaca ke informasi spesifik.



Gambar 13.10 Tata Letak Mekanis Indesign (Siap Cetak) & Taylor Brewster.

Untuk menyiapkan tata letak yang komprehensif, tinjau bagian sebelumnya, "Memahami pengukuran desain grafis." Pencetak membutuhkan pengaturan yang berbeda untuk tata letak mekanis tiga lipatan daripada yang dibutuhkan klien untuk presentasi. Jika

klien melihat tata letak mekanis, mereka mungkin tidak memahami susunan sampul di sebelah kanan dan halaman belakang di tengah. Untuk presentasi, mulailah dengan tata letak 3D dan kemudian atur panel dalam urutan yang dapat dipahami klien.



Gambar 13.11 Presentasi Disusun Sesuai Urutan Bacaan Pada Brosur Lipat Tiga.

Case Study 13A [The ‘create a story’ trifold]

Gambaran Umum: Klien adalah perusahaan jasa pertamanan dan perawatan halaman komersial dan perumahan. Klien membutuhkan brosur selebaran baru untuk dibagikan dan dikirim melalui pos kepada calon pelanggan. Selain itu, klien juga membutuhkan gantungan pintu sesegera mungkin.

Target Pasar: Orang-orang yang memiliki rumah, berusia 25 tahun ke atas, tinggal di lingkungan kelas menengah dan wilayah metropolitan kota-kota besar di Oklahoma, Texas, dan Colorado.

Distribusi: Setiap perkiraan biaya pelanggan akan menyertakan brosur lipat tiga, tim penjualan akan membagikannya di pameran dagang, dan mengirimkannya melalui pos dalam amplop #10 kepada calon klien baru berdasarkan prospek dari situs web dan panggilan telepon.



Gambar 13.12 Visual Latar Belakang Promosi Untuk Memperkuat Narasi Dan Daya Ingat Pasar

Solusi: Industri ProTech adalah pekerjaan perawatan halaman dan hama luar ruangan; oleh karena itu, pilihan struktur tipografi dibuat ringan dan tidak menakutkan dengan jenis

huruf San Serif humanis untuk melengkapi font tampilan skrip. Kami mendasarkan tata letak pada gaya desain sebelumnya yang ditetapkan oleh gantungan pintu. Mengingat sifat gambar stok Adobe yang ramai, kami secara strategis memposisikan layanan utama dan logo di dalam bentuk lengkungan transparan untuk menarik perhatian pemirsa. Kami tidak menggunakan gambar serangga karena dapat menimbulkan reaksi negatif di target pasar. Desain berfokus pada menampilkan area luar ruangan seperti dalam buku cerita dengan wajah-wajah tersenyum yang menikmati area yang dipenuhi tanaman dan bunga.

Spesifikasi: Font yang digunakan adalah Hurricane Script dengan guratan hijau hutan untuk memberikan kesan tegas pada kata “Enjoy”; dan Nova Sans; untuk teks, dan Interstate Compressed digunakan untuk subjudul; Warna yang digunakan adalah Kuning Lemon dengan 100% Kuning dan 5% Magenta, Putih, Hijau Hutan dengan 100% Sian, 50% Magenta, dan 100% Kuning.

Case Study 13B: [The no space flyer]



Gambar 13.13 Selebaran 'Sebelumnya'.

Gambaran Umum: Tim Commercial Realtor® mengirimkan brosur ke pasar baru tetapi tidak menerima respons apa pun. Mereka mewakili properti kelas atas dan merasa desain departemen seni mereka tidak relevan dengan target pasar. Mereka mencetak brosur tersebut di atas kertas tebal dan mengkilap untuk menarik perhatian calon pelanggan.

Kritik: Tanpa elemen yang dominan, mata pembaca tidak tahu harus mulai membaca dari mana—dan juga tidak ingin membaca semua informasi. Tidak ada yang menarik perhatian audiens target atau memberi tahu mereka tentang apa isi komunikasi ini. Seseorang yang sudah familiar dengan informasi tersebut mendesainnya dengan tujuan memaksimalkan ruang halaman. Seorang desainer yang tidak terlatih mungkin tidak menyadari adanya persaingan untuk waktu pembaca.

Target Pasar: Investor real estat pasar besar yang mencari kesepakatan pasar menengah untuk properti komersial.



Gambar 13.14 Amplop buklet berwarna dengan label pengantar untuk menarik perhatian

Distribusi: USPS First Class dalam amplop buku kecil 9x12 inci. Kami merekomendasikan label khusus untuk alamat pengirim.



Gambar 13.15 Desainer Grafis: Neal Hettinger

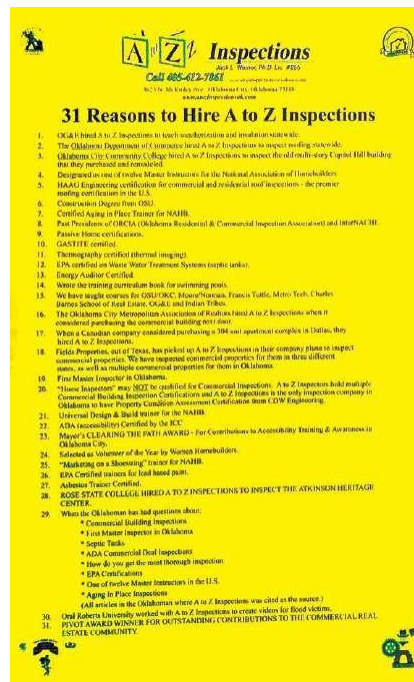
Pamflet 'setelah'

Solusi: Pada pertemuan kreatif dengan klien, kami meminta Panduan Gaya NAI. Mereka terkejut mengetahui bahwa panduan tersebut sudah ada. Setelah meninjau pamflet yang ada untuk menetapkan hierarki kepentingan informasi, eksekutif akun kami menyusun daftar item penting dan tidak penting untuk komunikasi. Selama pertemuan, kami menunjukkan kepada klien harga cetak untuk pencetakan satu sisi dan dua sisi dalam jumlah yang mereka harapkan. Setelah menganggarkan biaya kertas, klien menyadari bahwa kenaikan harga untuk pencetakan dua sisi akan sangat kecil. Strategi ini memungkinkan informasi untuk disebar dalam desain, menciptakan ruang visual dan menggunakan gambar besar untuk menarik perhatian audiens. Untuk menambah ruang dan keterbacaan, penulis konten kami mengedit konten tersebut.

Spesifikasi: Desain menggunakan font sans serif Avenir Regular dan Avenir Bold, dengan skema warna merah rubi 100M/90% Y/5K, biru Kolombia gelap pada 90C/ 53M/ 15Y dan abu-abu sedang pada 70K.

Case Study 13C [The TOO many words flyer]

Gambaran Umum: Klien ini dikenal karena mengungguli pesaing dalam hal pemasaran dan menyebarkan informasi tentang industri inspeksi komersial setiap hari. Ia percaya bahwa calon pelanggan tidak akan pernah mendapatkan cukup konten berbasis fakta. Mengetahui bahwa kuning dan hitam adalah warna yang paling kontras, ia menggunakan palet warna tersebut di hampir semua pemasarannya.



Gambar 13.16 Selebaran ‘Sebelumnya’

Kritik: Ukuran huruf yang kecil, konten yang berlebihan, kurangnya hierarki visual, dan kurangnya penekanan pada poin terpenting pada brosur akan membuat orang enggan membacanya.

Estetika Target Pasar: Investor komersial properti kelas atas di wilayah Midwest dan barat daya AS. Para pebisnis ini berlokasi di Dallas, Los Angeles, Denver, Oklahoma City, Tulsa, dan Little Rock. Tidak ada informasi spesifik yang tersedia untuk basis pelanggan, seperti jenis kelamin, usia, atau tingkat pendapatan.

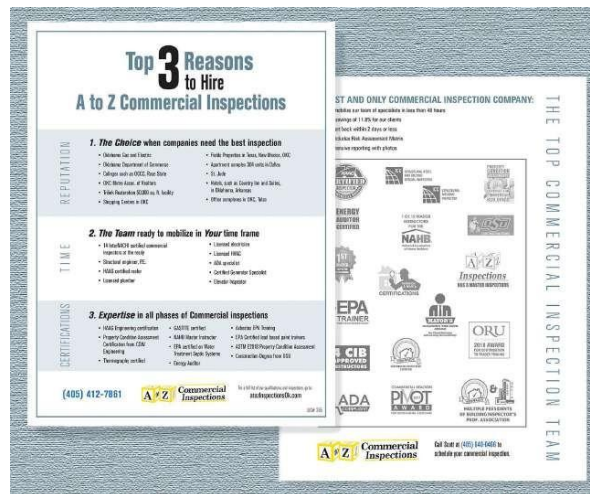
Distribusi: Melalui pos dan sebelum memulai inspeksi, sebuah folder pemasaran berisi deskripsi area inspeksi komersial dikirimkan kepada pembeli.

Solusi: Klien meminta lembar fakta yang lugas dengan konten yang memenuhi seluruh ruang halaman, tidak "dipenuhi" dengan foto dan elemen desain. Biasanya, kami akan menghindari jenis klien seperti ini. Kami tahu dari pengalaman sebelumnya bahwa terlepas dari kepuasan klien terhadap desain, potensi pelanggan untuk membacanya akan rendah. Namun demikian, ini adalah klien penting, jadi kami menerima tantangan tersebut. Klien setuju bahwa jika kami dapat menyajikan informasi brosur secara visual yang menarik dengan ruang yang cukup, ia akan tertarik. Kami membutuhkan fitur yang menonjol untuk

memberikan dampak pada brosur. Sebuah judul tipografi dirancang untuk meringkas brosur secara visual bagi calon pelanggan.

Desain tersebut mengintegrasikan area warna yang luas dan pengaturan spasial untuk memisahkan kelompok. Setelah meninjau 31 alasan, penulis naskah mengkategorikannya menjadi tiga poin utama. Dengan menggunakan prinsip Pengulangan, kami menempatkan perhatian utama pasar sasaran, yaitu reputasi, waktu, dan sertifikat, secara vertikal di sisi kiri. Kami menyisipkan ajakan bertindak (call-to-action) di bagian bawah brosur. Logo sertifikasi dan penghargaan ditempatkan di sisi belakang brosur.

Spesifikasi: Desain menggunakan font sans serif reguler dan tebal Berthold Akzidenz Grotesk Condensed dan Zurich BT Condensed, dengan skema warna Steel Grey 30C/50K dan Cool Grey 11C/17K.



Gambar 13.17 Desainer Grafis: Neal Hettinger.

Selebaran ‘setelah’

Case Study 13D [The “minimalist” cover]

Gambaran Umum:	Saat memeriksa materi pemasaran perusahaan, presiden baru merasa perlu dilakukan perbaikan desain. Ia meminta kami untuk memulai dari sampul daftar harga. Pemasaran tersebut tampak bertingkat dan ketinggalan zaman, dan menginginkan gaya minimalis yang populer.
Estetika Target Pasar:	Pemilik rumah baru, perusahaan konstruksi, kontraktor umum, tukang ledeng, dan penggemar DIY. Audiens akan menginginkan bak mandi kelas atas yang dapat berfungsi sebagai tempat bersantai setelah hari yang melelahkan. Demografi berusia 35 hingga 55 tahun dengan tingkat pendapatan menengah hingga atas dan sudah menikah.
Distribusi:	Pameran dagang, surat langsung, tanggapan atas pertanyaan di situs web, dan untuk staf penjualan.
Solusi:	Berfokus pada garis-garis halus dan bersih dari bak mandi di Jacuzzi modern yang menenangkan. Retouch untuk efek tertentu.

Spesifikasi:	Font yang digunakan adalah DIN Regular. Foto di-retouch di Photoshop untuk menciptakan warna air biru kehijauan muda dan mengubah dinding abu-abu menjadi dinding abu-abu dengan warna dingin.
--------------	--



Gambar 13.18 Penandaan Area Yang Akan Diedit Di Photoshop.



Gambar 13.19 Sampul Hasil Edit Photoshop

Learning Library Exercise — Color palettes for this year

1. Baca artikel tentang warna-warna yang sedang tren untuk desain grafis tahun ini.
2. Fokus pada area pemasaran seperti label makanan untuk rak toko bahan makanan, brosur kendaraan baru untuk dealer, atau brosur untuk pusat kebugaran.
3. Berikan contoh dan tulis laporan sepanjang 150 hingga 200 kata.
4. Periksa ejaan dan tata bahasa.
5. Jangan menggunakan AI untuk riset atau menulis laporan karena hasilnya tidak akan akurat.

BAB 14

DASAR-DASAR DESAIN WEB

14.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pembaca mampu memprediksi hambatan dalam desain UX dengan kata-katanya sendiri. Mereka akan mampu membedakan bagian-bagian dari sebuah situs web. Pembelajar akan mampu menjelaskan elemen-elemen dasar desain situs web.

Terminologi Profesional

- Konten: Kata-kata dalam sebuah desain.
- Salinan: Kata-kata yang digabungkan untuk menyampaikan pesan atau informasi.
- Favicon: Gambar pemasaran kecil yang mewakili situs web.
- Header: Bagian atas situs web.
- Hero: Gambar besar yang berdampak dan biasanya berada di bawah header.
- Meta: Kode HTML yang menjelaskan konten halaman web.
- Palet: Menggabungkan warna sebagai bagian dari strategi desain.
- Unik: Benar-benar satu-satunya.

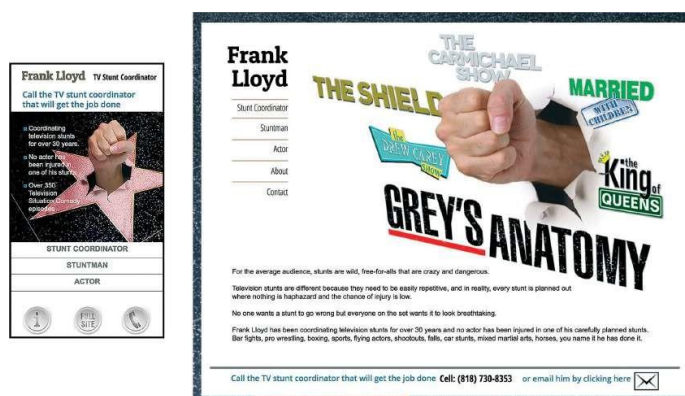


Gambar 14.1 Web Peternakan Dengan Navigasi Titik Dan Tombol Atas

Sama seperti dalam percetakan, internet memiliki sejarah yang harus diketahui dan dipahami oleh desainer grafis. Dengan mengetahui masa lalu, mereka dapat membuat prediksi dan mempersiapkan masa depan desain. 94% kesan pertama bergantung pada desain situs web. 75% pemirsa mendasarkan kesan mereka terhadap suatu perusahaan pada desain situs web. Lawrence Roberts memprakarsai contoh pertama dari dua komputer berbeda yang berkomunikasi satu sama lain pada tahun 1965. Data digital ditransmisikan menggunakan paket melalui saluran telepon dengan modem yang terhubung secara akustik dalam tautan eksperimental ini.

Intranet pertama dibuat oleh Departemen Pertahanan pada akhir tahun 1960-an selama Perang Dingin. Intranet ini dimaksudkan untuk membangun jaringan militer dan penelitian yang akan memfasilitasi komunikasi dan berbagi data di antara berbagai lembaga. Jaringan ini akan menyediakan cara bagi para peneliti pemerintah untuk berbagi informasi. Jaringan ini juga memiliki kemampuan komunikasi yang akan tetap utuh jika terjadi serangan nuklir.

Pada tahun 1989, Sir Tim Berners-Lee mengusulkan ide World Wide Web dan pada tahun 1990 ia mengembangkan klien dan server web pertama. Salah satu produk sampingan dari teknologi web adalah surat elektronik. Seorang programmer komputer Amerika, Ray Tomlinson, bertanggung jawab mengembangkan cara untuk mengirim pesan, email, dan menggunakan simbol @ di antara pengguna dan domain host.



Gambar 14.2 Revisi Web Seluler (UX) Beranda

14.2 BROWSER INTERNET

Pada awal tahun 1990-an, hanya ada beberapa aplikasi yang dapat mencari internet, seperti AOL, tanpa orang mengetikkan kode. Kemudian pada awal tahun 2000-an ada ratusan aplikasi yang dapat mencari internet. Sekarang hanya ada beberapa lusin dengan Google, Bing, dan Duck-Duck-Go sebagai mesin pencari utama yang harus digunakan oleh perancang situs web untuk memeriksa hasil pencarian situs web. Edge, Chrome, Safari, Brave, dan Vivaldi adalah beberapa browser yang harus diperiksa oleh seniman grafis pada desain mereka untuk melihat tampilan dan cara kerjanya.

14.3 DASAR-DASAR INTERNET

Di bagian atas browser seperti Google Chrome, Safari, dan Firefox, pengguna internet dapat mengetikkan alamat yang dikenal sebagai domain. Kata-kata ini tanpa spasi diikuti oleh "." dan ekstensi domain seperti com, edu, atau org. Akhiran domain ini sekarang memiliki lebih dari 700 pilihan seperti .website dan .vegas. Daftarnya terus bertambah. Ketika sebuah domain diketikkan ke dalam URL [Uniform Resource Locator], domain tersebut akan diarahkan ke server yang menyimpan file untuk sebuah situs web yang kemudian memiliki alamat IP. Misalnya, ketika Google.com di URL atau ketika 74.125.139.100 untuk menuju halaman pencarian Google.



Domain adalah alamat sebuah situs web, tetapi situs web sebenarnya dihosting di server dengan SSL (Secure Socket Layer), yang awalnya dibuat oleh Netscape. SSL dapat mentransfer data seperti informasi kartu kredit dengan aman. Untuk mencegah penipuan situs web, Google mewajibkan semua situs web untuk memiliki SSL, atau situs web tersebut tidak akan diberi peringkat.

Jangan mencoba menipu Google atau mesin pencari lainnya. Karena praktik pencarian yang tidak adil dan manipulatif, perusahaan-perusahaan dihukum oleh Google dalam hasil pencarian. Washington Post, BBC, BMW, Mozilla, eBay, dan The Home Depot mengalami penurunan peringkat dalam hasil pencarian karena pelanggaran pedoman mereka.

WordPress adalah program blog populer yang mencoba melanggar aturan dan Google tidak menampilkannya dalam hasil pencarian apa pun selama dua hari. Overstock dilarang dari pencarian Google selama dua bulan. Sebagai perancang situs web, bacalah pedoman Google untuk menghindari penalti.

14.4 DASAR-DASAR HASIL PENCARIAN

Web crawler, yang disebut sebagai robot atau spider, adalah algoritma otomatis yang digunakan oleh mesin pencari untuk menemukan dan mengindeks informasi situs web. Ketika sebuah halaman diindeks, mesin pencari menganalisis konten, kata kunci, informasi meta untuk menentukan relevansi halaman, dan 300 poin referensi lainnya untuk disimpan dalam basis data. Ia akan mengukur kecepatan pemuatan dan kompatibilitas seluler untuk juga memutuskan di mana halaman tersebut harus muncul untuk pencari.

Kontrol Google atas sembilan puluh persen pasar pencarian ponsel menyebabkan putusan monopoli pada Agustus 2024. Pembagian pasar untuk menetapkan keadilan masih belum jelas, tetapi akan sangat memengaruhi perancang situs web. Ketika klien menyewa perancang situs web, mereka mengharapkan mesin pencari akan menemukan situs web tersebut.

SEO

Orang awam menggunakan istilah "optimasi mesin pencari" secara longgar untuk merujuk pada berbagai topik. Pada kenyataannya, istilah ini menggambarkan proses mendesain situs web agar mesin pencari dapat mengindeks dan mengklasifikasikannya. Frasa ini pertama kali muncul sekitar tahun 2000.

Mesin pencari seperti Google menggunakan program kecil yang disebut bot, crawler, atau spider untuk mengumpulkan data dari situs web. Sistem ini telah mengunjungi hampir setiap situs web di Internet, mengumpulkan informasi, termasuk kode, tautan, kata kunci, dan frasa. Mesin pencari mengelola basis data yang sangat besar yang menyimpan data yang dikumpulkan. Pada intinya, basis data ini mencakup salinan hampir semua situs web dan gambar yang dapat diakses oleh publik di seluruh dunia.

SGE - GENERASI BERIKUTNYA

Google terus memodifikasi algoritmanya untuk menampilkan bisnis dalam hasil pencarian. Sepuluh tahun yang lalu, ditemukan bahwa jika perusahaan menambahkan blog ke situs web mereka, mereka akan muncul di peringkat tinggi dalam hasil pencarian. Pada saat

pemasar menyadari hal ini dan telah menerapkan blog, Google telah beralih ke hal lain. Upaya dan sumber daya yang signifikan dihabiskan untuk blog yang tidak efektif dan, dalam beberapa kasus, merugikan karena penggunaan kata kunci yang tidak tepat. Jika sebuah blog tidak memiliki pengikut atau komentar, Google tahu bahwa blog tersebut tidak relevan.

Spesialis optimasi mesin pencari mencoba menggunakan frasa pencarian seperti "layanan di dekat saya" agar muncul lebih baik dalam hasil pencarian. Sekali lagi, Google memodifikasi hasilnya dengan memasukkan lokasi pencari. Perusahaan mempekerjakan perancang situs web, dengan asumsi perancang grafis memahami cara mengoptimalkan situs untuk mesin pencari. Meskipun memiliki komponen untuk menjawab pertanyaan pengunjung potensial, jika situs tersebut kekurangan pengindeksan dan kecepatan unduhan yang cepat, situs tersebut akan jatuh ke bagian bawah hasil pencarian. Banyak perancang situs web percaya bahwa Google akan secara otomatis menemukan situs tersebut. Bab ini membahas beberapa dari banyak langkah optimasi.



Gambar 14.3 Revisi Desain Situs Web Untuk Tampilan Tablet

14.5 MESIN PENCARI

Mesin pencari adalah aplikasi perangkat lunak yang membantu individu menemukan informasi yang mereka cari secara online dengan menggunakan kata kunci atau frasa. Mesin pencari mampu memberikan hasil dengan cepat, meskipun terdapat jutaan situs web, dengan terus-menerus menjelajahi internet dan mengindeks setiap halaman yang mereka temui.

Google

Pada Mei 2024, Google mengajukan paten untuk "Ringkasan generatif untuk hasil pencarian" ke Kantor Paten AS. Juga pada Mei 2024, Google secara bertahap menghapus sebagian besar sumber daya manusia yang digunakan dalam hasil pencarian dan menggantinya dengan kecerdasan buatan. Dokumen paten setebal 34 halaman disetujui, dan paten tersebut diberikan pada 26 September 2024.

Kecerdasan buatan kini digunakan untuk meningkatkan pengalaman pengguna internet. Istilah untuk menemukan perusahaan dalam hasil pencarian sekarang adalah SGE, Search Generative Experience, tetapi orang masih menggunakan SEO. Perancang situs web perlu memahami terminologi yang tepat dan latar belakang pencarian menggunakan Google.



Bing

Microsoft telah meningkatkan upaya mesin pencariannya dengan teknik kecerdasan buatan. Namun, pengguna hanya dapat mengakses alat-alat ini melalui browser Edge mereka. Bing memposisikan dirinya sebagai mesin pencari yang meningkatkan hasil dengan menampilkan pop-up saat kursor diarahkan ke halaman web, memungkinkan pengguna untuk melihat pratinjau halaman web sebelum benar-benar mengunjunginya. Kemampuan pencarian suara dan visual tersedia di Bing.

DuckDuckGo

Dengan menampilkan dirinya sebagai perusahaan internet independen, browser dan mesin pencari ini mampu menarik pelanggan dari demografi yang lebih muda. Ia tidak menyimpan catatan riwayat pencarian, tidak menyimpan alamat IP pengguna, tidak bertukar informasi dengan pihak ketiga, tidak memblokir iklan, dan tidak memantau pengguna. Pengguna berisiko mengunduh perangkat lunak berbahaya, seperti virus, ketika mereka mengunjungi situs web yang terdapat dalam hasil pencarian.

SearchGPT

Dikembangkan oleh OpenAI, yang menciptakan ChatGPT, SearchGPT menggabungkan fungsi mesin pencari dengan AI generatif. Pencarian web terkadang membutuhkan beberapa kali percobaan untuk menghasilkan hasil yang relevan. Setiap pertanyaan membangun konteks bagi pencari untuk mengajukan pertanyaan lanjutan. SearchGPT menyoroti materi berkualitas tinggi dalam antarmuka percakapan dengan berbagai opsi keterlibatan menggunakan AI. Untuk meningkatkan keterlibatan pengguna, mereka akan menemukan lebih banyak hasil di sidebar dengan tautan sumber.

14.6 TUJUAN SEBUAH HALAMAN WEB

Setiap halaman di internet memiliki fungsi spesifik, atau banyak fungsi sekaligus. Sebagian besar halaman bertujuan untuk memberikan beberapa bentuk manfaat kepada pengguna. Sebuah perusahaan mendesain halaman tertentu untuk memberi informasi kepada pemirsa tentang produk atau layanan yang ditawarkannya. Terlepas dari kesan Google bahwa internet berfungsi sebagai ensiklopedia raksasa, orang-orang pertama kali beralih ke internet untuk mencari informasi ketika mereka membutuhkan sesuatu untuk rumah mereka, membutuhkan perbaikan, membutuhkan tempat untuk bepergian dan menginap, dan lain sebagainya.

Para webmaster dan mesin pencari sepakat bahwa internet adalah sumber daya yang berharga. Untuk menarik individu, para webmaster tidak hanya diharuskan untuk mengembangkan situs web yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh pemirsa, tetapi juga desain yang menarik secara visual dan mempesona.

Tujuan utama internet adalah untuk berbagi informasi yang dapat mencakup informasi pribadi, sosial, tentang perusahaan, atau tentang suatu topik. Situs web dibuat untuk:

- Berbagi gambar, video, file, atau perangkat lunak.
- Mengartikulasikan sudut pandang atau mengajukan pertanyaan untuk dijawab oleh pengguna lain.

- Menghibur.
- Menjual produk atau jasa.
- Menyebarkan berita

14.7 JENIS TATA LETAK

Aturan desain berlaku untuk halaman web sama seperti berlaku untuk stoples mustard kecil atau papan reklame bergerak yang besar. Hierarki visual, visual yang menarik perhatian, penggunaan ruang yang tepat, dan skala yang sesuai adalah elemen penting dari desain halaman web. Karena sifat desain web, sistem grid adalah yang paling mudah digunakan, tetapi perlu diingat bahwa area di atas lipatan, yaitu bagian halaman yang terlihat tanpa menggulir, adalah yang paling penting bagi pemirsa dan Google.

Ada sejumlah opsi desain halaman beranda, tetapi sebagian besar situs web memiliki logo dan menu navigasi di header di bagian atas halaman. Di bawah header, tata letak yang paling banyak digunakan berisi:

1. 1 gambar besar atau tayangan slide dengan judul di atas atau di bawah gambar. Di bawah gambar terdapat teks dalam 1-3 kolom yang dimulai dengan subjudul.
2. 3 gambar besar dengan judul di atas atau di bawah ketiga gambar tersebut. Di bawah gambar, teks berada dalam 1-3 kolom yang diawali dengan subjudul.
3. Judul dengan konten di sisi kiri atau kanan gambar.

Di bagian bawah halaman harus ada footer yang berisi detail tentang perusahaan seperti lisensi, tautan yang relevan, informasi hak cipta, tautan webmaster, dan tautan untuk menghubungi perusahaan. Footer harus mengulang logo dan merupakan area yang tersembunyi namun tetap terlihat untuk menambahkan tautan ke Kebijakan Privasi, Syarat Penggunaan, dan peta situs untuk pengindeksan oleh mesin pencari. Karena banyak pengunjung hanya memindai halaman dengan cepat, branding di bagian atas dan bawah harus mengingatkan mereka tentang perusahaan yang pertama dan terakhir mereka kunjungi.



Gambar 14.4 Perbandingan Visual Elemen Desain Pada Berbagai Ukuran Layar

Tidak dapat sepenuhnya mengontrol tata letak

Meskipun dengan keterbatasan, desain web dapat bermanfaat dan bahkan lebih dari sebelumnya, desainer grafis mendapatkan kendali atas elemen visual. Pada tahun 1996, bagi desainer grafis, program desain web seperti Front Page hampir tidak lebih dari mesin tik dengan spasi dan baris baru untuk menempatkan konten dan gambar digital berkualitas dan

beresolusi sangat rendah. Pada saat itu, desain visual dan konten dimanipulasi oleh pengembang dan programmer komputer.

Ketika seseorang mengunjungi halaman web, mereka melihat tampilan teks dari tag dan atribut HTML, yang mendefinisikan bagaimana halaman tersebut diatur dan ditampilkan secara visual. Halaman tersebut terdiri dari kode HTML yang membentuk semua yang dilihat oleh pengunjung. Sistem desain web telah maju untuk memberikan desainer grafis kendali yang lebih baik atas elemen-elemen tersebut. Desain web memiliki metodologi yang berbeda dibandingkan dengan desain cetak. Dalam desain cetak statis, seorang seniman grafis memposisikan gambar, memilih jenis huruf, dan menentukan ukuran konten pada halaman, yang tetap tetap untuk pengamatan pemirsa. Konsep "apa yang Anda lihat adalah apa yang Anda dapatkan" (disingkat WYSIWYG) adalah hal yang diharapkan.

Namun demikian, dalam desain web, WYSIWYG tidak selalu sama dengan apa yang Anda terima. Dimensi situs web akan berubah, pengguna mungkin tidak memiliki font yang tepat, sehingga terjadi penggantian, dan warna tidak terstandarisasi.



Gambar 14.5

Untuk desain internet, desainer grafis setidaknya harus memiliki dua monitor dengan kualitas berbeda untuk mengamati desain secara online. Ada yang memiliki monitor 800p yang sudah pudar setelah sepuluh tahun penggunaan, sementara pengguna lain mungkin memiliki monitor gaming yang relatif baru dan beresolusi 1440p. Nuansa warna mungkin terlihat berbeda.

Karena usia, kualitas, perangkat, dan pengaturan, warna monitor akan selalu bervariasi. Kecepatan unduhan, usia perangkat, versi browser, dan ketersediaan font web adalah faktor utama yang membatasi font. Tergantung pada jenis perangkat, ukuran tata letak akan bervariasi, dengan situs web desktop tampak jauh lebih kecil di ponsel pintar. Namun, dimungkinkan untuk mengatasi setiap masalah ini sampai batas tertentu.

14.8 KEBUTUHAN AKAN KECEPATAN

Pertimbangan utama dalam desain web adalah kecepatan unduh. Pengguna harus mengunduh semua bagian situs web yang terlihat dan tidak terlihat. Kecepatan unduh yang lambat akan mengakibatkan tampilan desain tertunda. Pengguna mungkin lebih memilih untuk pergi dan mengunjungi situs web alternatif. Browser kemudian akan menyimpan komponen-komponen ini dalam cache, sehingga memungkinkan pengunduhan yang lebih cepat pada kunjungan pengguna berikutnya ke situs web tersebut.



Gambar 14.6 Bola Berputar Pemuatan

Awalnya, untuk menggunakan internet, pengguna web menggunakan modem untuk menghubungi layanan dan membuat koneksi. Proses ini memakan waktu beberapa menit, dan penggunaan saluran telepon sangat membatasi jumlah materi yang tersedia untuk diunduh. Situs web telah berkembang pesat secara teknis dan visual sejak para programmer komputer pertama kali mulai mengembangkannya untuk internet. Kecepatan unduh jauh lebih cepat dengan DSL dan modem serta komputer yang lebih cepat. Namun pada tahun 2006, kecepatan internet merupakan perhatian utama dalam membangun situs web. NY Times menulis sebuah artikel tentang cara mempercepat situs web. “Masalahnya diperparah oleh para desainer yang berada di Los Angeles atau New York, dan bukan, misalnya, Texas, sehingga ‘mereka mengira semua orang memiliki monitor besar dan koneksi DSL yang cepat,’ kata Neal Hettinger, pemilik bersama Lead Pencil Ad Design, sebuah perusahaan pemasaran dan desain di Manhattan Beach, California. Ia menyarankan untuk mencampur teks dan grafik di situs web, dengan jenis huruf gelap yang dipasang pada latar belakang terang agar mudah dibaca.”³

Dengan DSL (Digital Subscriber Line), layanan berkecepatan tinggi yang menggunakan saluran telepon, situs web dapat mengakomodasi ukuran yang lebih besar, memungkinkan penyertaan lebih banyak gambar dan jenis huruf. Desainer web perlu memperhatikan kecepatan unduhan, karena waktu pemuatan yang lama dapat membuat pengguna frustrasi dan menyebabkan mereka meninggalkan situs. Google menunjukkan bahwa konsumen meninggalkan situs web jika membutuhkan waktu lebih dari tiga detik untuk dimuat. Namun, mereka bersedia menunggu sedikit lebih lama jika mereka sangat ingin melihat halaman tersebut.

Desain situs web kontemporer semakin sarat dengan visual dan grafik gerak. Fenomena yang dikenal sebagai “bola berputar ke mana-mana” akan mendorong calon pengunjung untuk beralih ke situs lain.

14.9 MENOPTIMALKAN FOTO UNTUK SITUS WEB

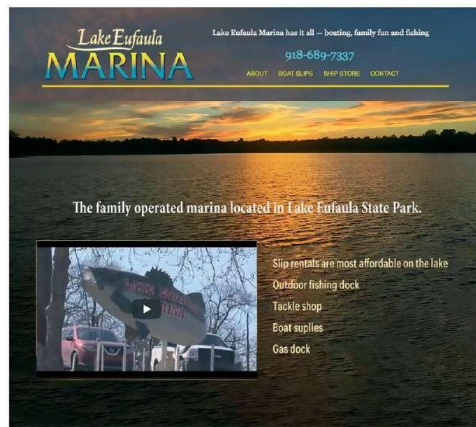
Adobe Photoshop menawarkan fitur "Simpan untuk Web" yang mengompres foto untuk penggunaan online. GIF adalah format yang efektif untuk menghasilkan ukuran file yang ringkas, cocok untuk tombol dan karya seni dasar. PNG memiliki ukuran file yang jauh lebih besar; namun demikian, PNG menawarkan kualitas gambar yang lebih baik dan kemampuan untuk menyertakan latar belakang transparan, yang membutuhkan kompatibilitas dengan elemen di sekitarnya seperti warna, gradasi, gambar, atau tekstur. JPEG menghasilkan hasil

optimal tanpa kehilangan detail dan memiliki ukuran file yang moderat saat digunakan pada pengaturan yang lebih tinggi.



Gambar 14.7 Perbandingan Ukuran Dan Kualitas File Format JPEG, PNG, Dan GIF

Para perancang situs web sebaiknya memasukkan gambar ke dalam tata letak pada ukuran 100%, dikompresi untuk mendapatkan kualitas yang diinginkan atau dibutuhkan, dan dikonversi dengan mode warna yang tepat menggunakan Adobe Photoshop. Jangan berharap perangkat lunak desain situs web akan mengonversi gambar dengan optimasi terbaik.



Gambar 14.8 Contoh Halaman Web

Salah satu visual penting namun sering diabaikan adalah Favicon. Gambar persegi berukuran 500 piksel ini umumnya merupakan penyederhanaan logo atau ikon yang akan dikenali pengunjung. File gambar ini muncul di hasil pencarian dan di tab atau jendela atas, dan dari perspektif pemasaran, merupakan komunikasi merek lainnya. Favicon adalah gabungan kata dari favorite icon (ikon favorit).

14.10 MELIBATKAN PENGUNJUNG

Pengguna tidak selalu melakukan pencarian konten. Banyak pengguna secara aktif mencari foto, menggunakan atribut alt untuk mengklasifikasikannya. Orang dengan gangguan penglihatan juga dapat memperoleh manfaat dari penjelasan ini saat mencari. Meskipun robot tidak dapat melihat foto, teks alt memberikan deskripsi gambar.

Meta tag, yang memberikan informasi kepada mesin pencari dan robot, merupakan komponen penting dari optimasi mesin pencari (SEO). Kode ini menjelaskan konten halaman

dan menunjukkan relevansinya dengan kueri pencarian yang dimasukkan pengguna. Meta tag berpotensi memengaruhi hasil mesin pencari (SERP) suatu situs web.

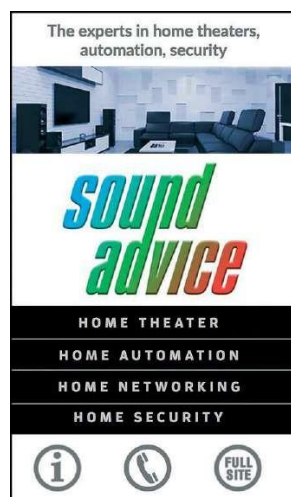
Untuk mendorong interaksi dengan pengunjung, para desainer grafis akan mengintegrasikan elemen gerak. Para desainer grafis menggunakan beberapa teknik seperti navigasi tarik-turun, tayangan slide, animasi, film, dan pengguliran paralaks untuk membangun hubungan dengan pengguna. Ketika gambar di latar belakang bergerak dengan kecepatan berbeda dari gambar di depan, halaman tersebut memberikan kesan tiga dimensi dan memberikan kesan kedalaman. "Pengguliran paralaks" mengacu pada metode khusus ini.



Gambar 14.9 Desain Web Non-Konvensional Sesuai Permintaan Khusus Klien

14.11 TIGA KEKHAWATIRAN UTAMA DALAM DESAIN SITUS WEB

Secara alami, seorang desainer grafis ingin memulai dengan menguraikan komponen konsep desain mereka. Namun, mereka harus ingat bahwa, selain desain visual, pengalaman pengguna dan optimasi situs web sama pentingnya. Jika sebuah situs web tidak mudah ditemukan melalui pencarian, maka nilainya akan menurun, terlepas dari seberapa indah estetikanya. Desainer grafis harus mempertimbangkan struktur dan alur visual karya saat mereka menggambar sketsa dan menuliskan ide-ide.



Gambar 14.10 Contoh Halaman Web Seluler

Pengguna harus dapat dengan mudah menavigasi situs web. Jika desain terlalu ramai, dan pengguna kesulitan menemukan item serta situs web lambat dimuat, mereka cenderung

akan meninggalkan situs dan mengunjungi situs web pesaing. Konsistensi merek sangat penting dalam semua desain pemasaran. Tetapkan skema warna dan unggah foto yang dioptimalkan ke dalam pustaka sebelum memulai proses pengaturan elemen. Penting untuk menentukan jenis huruf, lebar, dan konten teks untuk setiap judul, termasuk H1, H2, H3, dan seterusnya. Untuk meningkatkan optimasi mesin pencari dan hasil pencarian, sebaiknya hanya ada satu kata, frasa, atau kalimat H1.

14.12 LANGKAH-LANGKAH AWAL

Sebelum memulai desain situs web, perancang perlu memverifikasi dengan klien platform hosting dengan sertifikat Secure Sockets Layer (SSL), nama domain, dan kredensial masuk untuk mengakses server yang telah disiapkan. Secure Sockets Layer adalah koneksi antara browser dan situs web untuk mengenkripsi data yang akan dikirim dengan aman. Melindungi data sensitif, seperti detail keuangan, nama, dan alamat, penting bagi perancang web, perusahaan, dan pelanggan. Jika informasi kartu kredit tidak dikirim dengan aman, maka denda ketidakpatuhan dimulai dari Rp.50.000.000 per bulan dan meningkat hingga Rp.10.000.000.000 per bulan. Hukuman terakhir adalah kehilangan kemampuan untuk menerima kartu kredit.

Payment Card Industry (PCI) telah menetapkan pedoman yang harus diikuti oleh bisnis untuk melindungi dan mengirimkan data pemegang kartu. Jumlah denda tergantung pada ukuran perusahaan dan berapa lama perusahaan tersebut tidak patuh. Perancang web tidak ingin atau perlu terlibat dalam menerima dan menyimpan informasi kartu kredit atau informasi pribadi lainnya. Manfaatkan penyedia layanan pihak ketiga yang terkenal.



Gambar 14.11 Contoh Storyboard UFC Yang Diambil Dari Tangkapan Layar.

Bersama klien, tentukan tujuan, fungsi, dan fitur situs web. Beberapa desainer web memulai dengan diagram alur yang dimulai dengan halaman beranda dan menunjukkan koneksi ke setiap halaman atau bagian halaman. Wireframe adalah fondasi dari desain web yang baik, mirip dengan cetak biru untuk sebuah rumah. Wireframe membantu tim menyelaraskan persyaratan dan mengkomunikasikan konsep desain kepada klien, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya. Wireframe biasanya mencakup tata letak halaman yang longgar, header dengan bilah navigasi, elemen desain UX dan UI, serta storyboard video atau elemen interaktif.

Pengalaman pengguna dan Antarmuka Pengguna

Pengalaman pengguna (UX) berkaitan dengan fungsionalitas, sedangkan antarmuka pengguna (UI) berkaitan dengan estetika. Keduanya saling meningkatkan untuk menghasilkan produk yang estetis dan praktis, memberikan kepuasan kepada pengguna.

Desain UX meningkatkan pengalaman pengguna dengan produk dan sistem. Ini membutuhkan pengetahuan tentang kebutuhan, perilaku, dan motivasi pengguna serta merancang perjalanan yang intuitif, tanpa hambatan, dan menyenangkan. Desainer UX berupaya membuat produk bermanfaat, ramah pengguna, dan mudah diakses. Desainer grafis jarang ingin mempelajari pengalaman pengguna.



Gambar 14.12 Desainer Meb Perlu Menjadi Pahlawan UI Dan UX.

Rincian: Firefly menggunakan rasio aspek lanskap dengan konten seni dan format dengan empat petunjuk seni dengan format yang sama: kartun seorang wanita/pria dalam pakaian bisnis mengenakan kacamata dan kartun seorang wanita/pria berotot dan serius. Di Photoshop, gabungkan gambar dan bersihkan dengan kuas penyembuhan titik. Gunakan Photoshop AI untuk dua petunjuk, buat foto/lukisan kota yang ramai di malam hari dengan jalanan basah yang memantulkan cahaya.

Pengalaman pengguna (UX) berkaitan dengan fungsionalitas, sedangkan antarmuka pengguna (UI) menyangkut estetika. Mereka saling meningkatkan satu sama lain untuk menghasilkan produk yang estetis sekaligus praktis, memberikan kepuasan kepada pengguna. Desain UX meningkatkan pengalaman pengguna dengan produk dan sistem. Ini memerlukan pengetahuan tentang kebutuhan, perilaku, dan motivasi pengguna serta merancang perjalanan yang intuitif, tanpa hambatan, dan menyenangkan. Desainer UX berupaya membuat produk yang berguna, ramah pengguna, dan mudah diakses. Desainer grafis jarang berkeinginan untuk mempelajari pengalaman pengguna.

Riset dimulai dengan wawancara, kuesioner, dan pengujian kegunaan untuk mengidentifikasi kebutuhan pengguna dan titik masalah. Mengidentifikasi pengguna tipikal dan melacak perjalanan produk mereka adalah langkah selanjutnya. Desainer web aktif dalam pembuatan prototipe dan wireframe, struktur produk, dan desain alur. Desainer web sering mengalami frustrasi ketika mencoba meningkatkan desain mereka melalui pengujian pengguna. Lebih mudah untuk membiarkan pengembang dan profesional UX menangani aspek tersebut. Namun, desainer situs harus memprioritaskan pengalaman pengguna.



Sebaliknya, desain UI menekankan aspek estetika dan sensorik produk. Ini melibatkan pembuatan komponen visual yang meningkatkan daya tarik dan keterlibatan produk, menjamin pengalaman pengguna yang menyenangkan. Antarmuka pengguna berkaitan langsung dengan desain online dan membutuhkan keterampilan dalam pemilihan warna, tipografi, dan citra yang sesuai dengan merek dan menciptakan tampilan yang menarik.

Desainer grafis mahir dalam mempertahankan gaya yang konsisten di semua halaman dan elemen web. Proses UI melibatkan desainer grafis dalam mengatur komponen di layar untuk memandu pengguna dan membangun desain yang terpadu dan seimbang. Desainer menciptakan elemen interaktif seperti tombol, slider, formulir, dan fitur lain yang melibatkan pengguna.

14.13 ANTARMUKA PENGGUNA

Pengguna biasanya mengharapkan susunan elemen tertentu pada halaman web. Seniman grafis harus mematuhi standar ini untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Untuk platform desktop dan seluler, browser dapat menggunakan situs yang tidak bergantung pada perangkat, tetapi ini dapat mengganggu pengalaman pengguna. Pengguna mungkin memiliki pengalaman yang buruk jika mereka perlu menggulir beberapa kali untuk menemukan informasi yang diinginkan, dan susunan informasi dapat berubah.

Tampilan terbatas situs seluler tidak boleh memiliki kompleksitas atau volume konten yang menjadi ciri monitor desktop yang lebih besar dan beresolusi lebih tinggi. Sebagian besar konsumen dengan cepat memutuskan apakah halaman web berisi informasi yang mereka cari dan terus membaca atau tidak dan pergi. Kecuali mereka dengan mudah menemukan informasi tersebut, mereka akan kembali ke hasil pencarian. Tujuan desain seharusnya adalah untuk melibatkan pengunjung selama dua hingga tiga menit. Pengalaman pengguna harus positif.

Jika informasi kontak tidak mudah ditemukan, pengguna mungkin akan frustrasi dan beralih ke situs lain. Ketika pengunjung mengklik tombol yang tertaut, tetapi malah diarahkan ke halaman kesalahan tanpa cara untuk kembali ke halaman utama, mereka akan meninggalkan situs tersebut. Situs web harus menerapkan metodologi desain responsif. Situs harus kompatibel dengan berbagai perangkat, termasuk layar komputer dan tablet. Alih-alih mengandalkan alat seperti WordPress, kita harus mengoptimalkan foto secara manual untuk mempercepat pengunduhan.



Gambar 14.13 Desain Tombol Datar Dengan Ikon Intuitif

Desain datar disukai dalam desain web karena penekanannya pada kesederhanaan, ukuran file yang kecil, dan kemudahan penggunaan. Kecepatan unduhan yang cepat konsisten



dengan pengalaman digital yang sukses. Desain ini menekankan komponen dua dimensi yang dihilangkan dari hiasan yang berlebihan, menghasilkan estetika minimalis. Desain ini terdiri dari ikon sederhana, dengan palet warna tiga tingkat dasar, dan ruang putih yang besar dan akomodatif, sehingga memudahkan pengguna untuk menavigasi dan menemukan informasi dengan cepat.

Situs web harus memenuhi layar browser dengan warna dan grafik, tetapi pada beberapa layar lebarnya bisa mencapai 1920 piksel dan yang lainnya 800 piksel. Lebar umum untuk tombol adalah 1024 piksel, yang kira-kira setara dengan 12,5 inci. Lebar telah berubah dari 800 piksel pada awal tahun 2000-an menjadi banyak situs web yang dibangun dengan lebar 1280 piksel. Beberapa desainer memulai dengan lebar 1920 piksel untuk tampilan di semua perangkat dan layar TV. Mereka merasa bahwa dengan kecepatan unduh yang lebih cepat, halaman web dapat memuat lebih banyak konten.

Video menarik bagi pengunjung dan perancang perlu memutuskan antara kualitas gambar yang lebih baik atau kecepatan unduh yang lebih cepat. Para perancang ini tidak menyadari bahwa banyak layanan DSL masih diatur pada kecepatan unduh 25 Mbps. Bagian atas situs web desktop memiliki banner yang disebut header. Area ini berisi branding perusahaan dan pesan pemasaran.

- Logo harus ditautkan ke halaman beranda agar pengunjung dapat dengan mudah memulai dari awal.
- Slogan atau tagline perusahaan yang ditempatkan di sini akan memberi tahu calon pelanggan apa yang ditawarkan perusahaan dalam hal layanan.
- Nomor telepon harus menonjol. Jangan mengambil risiko calon pelanggan menyerah dan beralih ke situs web lain.
- Menu navigasi harus mudah dibaca dan tidak terlalu bertele-tele.
- Menu navigasi dapat memiliki dropdown, tetapi lebih dari dua level dapat membingungkan pengguna.
- Pastikan dropdown terbaca saat keluar dari header ke bagian isi.
- Gunakan warna berbeda untuk label halaman yang sedang dikunjungi agar pengguna tahu di mana mereka berada di situs web.
- Jaga agar header tetap bersih dengan ruang visual yang cukup, tetapi mungkin perlu tombol ajakan bertindak (call to action).

Pengguna situs mungkin tertarik pada gambar besar yang terletak di dalam area konten utama. Gambar "hero" ini dapat disajikan dalam berbagai format, termasuk gambar diam, tayangan slide, GIF animasi, atau film. Jika gambar hero menempati seluruh halaman, ukuran file akan lebih besar, yang menyebabkan durasi unduhan lebih lama. Pengunjung harus menggulir ke bawah untuk mengakses konten yang terletak di bawah lipatan halaman.

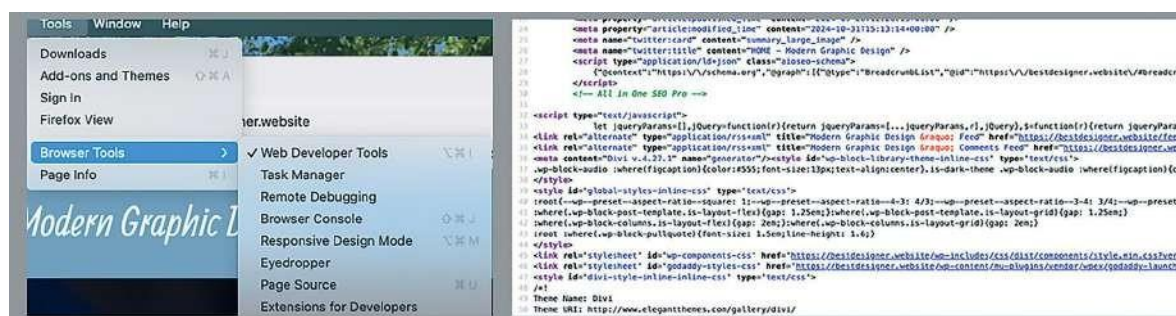
Perluas warna atau tekstur latar belakang hingga lebar penuhnya. Tentukan jumlah baris yang sesuai untuk penataan. Gambar atau konten tidak akan melampaui satu kolom, tidak seperti penataan grid yang digunakan untuk pencetakan atau penerbitan. Tata letak dapat terdiri dari beberapa baris yang membentang secara horizontal dan vertikal di seluruh halaman.



Gambar 14.14 Elemen Navigasi (Titik, Panah, Pintasan) Untuk Kelancaran Alur Informasi

Cara pengguna menavigasi dan berinteraksi dengan situs web adalah desain UI. Misalnya, pengguna dapat melewati proses menggulir ke atas halaman dengan memasukkan panah yang dengan cepat naik ke atas. Kemudahan tambahan adalah bilah navigasi titik, yang mengarahkan pengunjung ke bagian-bagian tertentu dari halaman. Memilih titik berlabel di bilah sisi dapat mengarahkan pengguna ke area konten tertentu di halaman.

Di bawah hero, pintasan ke informasi penting di halaman atau situs web dapat dicantumkan dengan tombol yang akan membawa pengguna ke informasi tersebut. Ini dicapai melalui penautan tombol atau hanya subjudul pintasan.



Gambar 14.15 Cara Akses Kode Halaman Via Developer Tools Dan Page Source.

14.14 PENJELASAN SINGKAT TENTANG KODE SITUS WEB

Sebuah situs web terdiri dari kode seperti HTML, JavaScript, dan CSS yang ketika digabungkan akan diubah oleh mesin rendering menjadi tampilan visual untuk pengunjung. Teks, gambar, tautan, dan elemen pemformatan membentuk struktur dan konten halaman tersebut melalui kode HTML. Saat meneliti situs, desainer grafis akan menemukan jenis huruf, spasi antar baris, dan ukuran piksel di alat Page Source untuk digunakan sebagai referensi.

Saat menjelajahi situs web, jika seorang desainer melihat warna yang menarik, desainer web dapat menemukan kode warna tersebut. Gunakan pintasan perintah F untuk menemukan kodenya. Kode tersebut biasanya berupa kata "warna" dengan tanda # diikuti oleh huruf-huruf seperti color #ffffff untuk putih dan #000000 untuk hitam. Ini dikenal sebagai kode warna heksadesimal yang dapat dicari di Photoshop, lihat nomor warna heksadesimalnya, dan gunakan dalam desain.

Untuk menghemat waktu, buat file menggunakan Excel, Numbers, atau Google Sheets,

untuk mencantumkan font web, menunjukkan tampilannya, dengan nomor warna heksadesimalnya, atur contoh warna yang menarik dan bagi menjadi palet untuk berbagai industri dan kesan.

14.15 ELEMEN DASAR SITUS WEB

Sebuah situs web harus mencakup halaman Beranda, halaman Tentang Kami, halaman Layanan atau Produk, dan halaman Hubungi Kami. Situs akan dengan cepat menemukan konten yang diinginkan sambil mematuhi aturan pencarian Google dan Bing, sehingga meningkatkan kemampuan ditemukan dalam hasil pencarian. Pencarian mendapatkan hasil karena program otomatis yang menelusuri situs web. Halaman kesalahan harus memberi tahu pengguna bahwa halaman yang diminta tidak ada dan harus menyediakan tautan ke halaman beranda. Menetapkan judul, membangun struktur situs untuk pengajuan mesin pencari, dan memasukkan deskripsi alt untuk gambar adalah aktivitas non-kreatif yang penting.

Sertakan judul yang akan memikat pengunjung. Meskipun program desain situs web mungkin menggunakan poin untuk jenis huruf, piksel lebih tepat dan mempertahankan rasio sesuai dengan resolusi layar. Alih-alih menggunakan ukuran poin untuk menunjukkan tinggi jenis huruf, desain situs web menggunakan piksel. Desainer grafis akan menetapkan ukuran mereka sendiri sesuai dengan resolusi komputer mereka. Namun, mengingat tidak semua terminal identik, ada beberapa alternatif yang perlu dipertimbangkan saat memulai desain. Ukuran teks paragraf rata-rata adalah 16px hingga 18px, tetapi mungkin lebih besar untuk anak-anak dan generasi baby boomer. Atur semua istilah hukum, termasuk hak cipta dan tautan ke webmaster, menjadi 12px.

Judul, subjudul, dan jenis huruf yang perlu ditekankan disebut sebagai tajuk. Baris teks terbesar dan terpenting harus diberi label Heading 1. Hanya boleh ada satu baris teks ini di setiap halaman dan ukurannya harus 42px hingga 48px dengan tinggi baris 1,5em. Subjudul dan teks yang tidak berorientasi paragraf dapat diberi label Heading 2–6, dengan 2 sebagai yang terbesar dan 6 biasanya yang terkecil. Heading 2 dapat diatur dari 34px hingga 40px dengan tinggi baris 1,7. Heading 3 harus berukuran 28px-32px dengan tinggi baris 1,7em. Bisa ada lebih dari satu baris teks yang diberi label Heading 2, atau 3, dan seterusnya.



Gambar 14.16 Navigasi Tombol "ATAS" Pada Halaman Beranda Yang Panjang

14.16 PERANGKAT LUNAK DESAIN

Meskipun perangkat lunak desain terbatas pada Adobe Creative Suite dan Canva (yang



baru-baru ini mengakuisisi Affinity Designer), program perangkat lunak internet sangat banyak dan beragam kemampuannya. Pengenalan program situs web seperti Adobe Dreamweaver dan WordPress memungkinkan desainer grafis untuk mendesain tanpa menulis kode. Program-program ini adalah program editor visual yang memungkinkan seniman grafis untuk melihat perubahan saat perubahan tersebut dilakukan. Ada banyak program desain situs web, tetapi desainer situs web pemula harus memeriksa kelebihan dan kekurangannya sebelum menghabiskan waktu untuk membangun dan menerbitkan situs web. Banyak yang tidak berfungsi dengan baik dengan mesin pencari tertentu.



Gambar 14.17 Manfaat Dan Tantangan Eksplorasi Dalam Desain Web

Rincian Prompt Firefly: matahari terbenam di pegunungan dan Bima Sakti. Beberapa editor visual situs web populer adalah Divi dan Eliminator. Program-program ini adalah solusi tanpa kode yang memungkinkan pemula untuk menggunakan templat dan desainer tingkat lanjut untuk memulai dengan halaman kosong. Mereka adalah kerangka kerja desain yang menggunakan WordPress untuk sistem manajemen kontennya, seperti membuat pengguna dengan berbagai tingkat tanggung jawab, halaman login, dan menambahkan plugin. Editor ini dimuat sebagai tema tetapi fitur-fiturnya berfungsi mirip dengan program desain cetak. Internet memiliki banyak sekali video pembelajaran.

14.17 PROSPEK PEKERJAAN DESAIN WEB

Karier desain situs web kemungkinan besar tidak akan membuat seseorang kaya — kecuali dibayar untuk menjadi kreatif dan mewarnai sesuatu. Biro Statistik Tenaga Kerja AS menyusun data pekerjaan untuk berbagai pekerjaan setiap tahun.⁴ Data terbaru adalah tahun 2023 untuk desainer situs web yang tidak termasuk desainer grafis. Pada tahun 2023, terdapat sekitar 111.060 desainer web yang bekerja di seluruh Amerika Serikat, yang merupakan peningkatan 3% dibandingkan tahun 2022. Profil seorang desainer web mungkin mencakup atau tidak mencakup tanggung jawab berikut:

- Mengembangkan, menguji tata letak, antarmuka, fungsionalitas, dan menu navigasi untuk kompatibilitas dan kegunaan di berbagai browser dan perangkat.
- Menilai desain web dan mengoptimalkan situs web untuk daya jual dan peringkat mesin pencari.
- Merancang dan menguji antarmuka dengan fokus pada estetika dan desain.

- Dapat menghasilkan visual untuk situs web dan mengelola konten dan tautan situs web.

Jika seorang desainer web berpikir untuk pindah ke negara bagian lain, selain menyelidiki biaya hidup, mereka harus melihat peluang yang tersedia. Misalnya, Alabama berada di peringkat ke-43 dengan 150 desainer web yang bekerja tetapi membayar upah terendah di antara semua negara bagian dan berada di peringkat ke-50 dengan upah rata-rata Rp.261.000 per jam. Yang mengejutkan, South Dakota mempekerjakan 90 desainer web (#44) dengan upah per jam rata-rata Rp.523.600 (#7).

Dua negara bagian teratas yang mempekerjakan desainer web adalah #1 California dengan 25.370 pekerja dengan upah rata-rata Rp.659.500 per jam dan #2 New York dengan 15.180 pekerja dengan upah Rp.601.500 per jam. Sementara Texas berada di peringkat #3 dalam hal jumlah pekerja dengan 8.460 pekerja, mereka turun ke peringkat #8 dengan upah Rp.506.400 per jam. Negara bagian lain dalam daftar pekerja desainer web: Oregon berada di peringkat #17 dengan 1.620 pekerja tetapi #6 dengan upah Rp.531.100 per jam; Nebraska berada di peringkat #27 dengan 840 pekerja dan #44 dengan upah Rp.320.700 per jam; dan Alaska berada di peringkat #46 dengan 60 pekerja dan #42 dengan upah Rp.341.400 per jam.

Angka-angka ini akan memberi Anda gambaran tentang gaji untuk desain web. Desainer web yang bekerja sendiri tidak termasuk dalam statistik ini.

Portfolio Building Assignment – Use AI to create A Flyer

1. Buatlah nama untuk band musik pop Top 40 dengan lima tanggal dan kota tur. Buat ajakan untuk membeli tiket. Teliti band-band pop dan sampul album mereka (seperti iTunes, Spotify, eMusic), serta iklan dan brosur. Musik pop dicirikan oleh pengulangan chorus dan hook, lagu-lagu pendek hingga menengah ditulis dalam format dasar (seringkali struktur bait-chorus), dan ritme atau tempo yang dapat digunakan untuk menari.
2. Adobe Firefly | Dengan menggunakan petunjuk, buat gambar untuk selebaran tur band Pop. Selebaran tersebut vertikal dan harus menampilkan 5 anggota band yang berbeda di atas panggung dengan lampu panggung, penonton, dan kabut. Periksa anggota band untuk memastikan wajah, jari, dan telinga mereka lengkap. Sisakan ruang untuk teks. Menggunakan InDesign, pada satu halaman ukuran letter, tampilkan kedua karya seni dengan ukuran 17 pica x 22 pica masing-masing. Cobalah setidaknya 2 pilihan dan cantumkan teks "Petunjuk" Anda di bawah gambar untuk ditampilkan dalam wawancara.
3. Chat GPT | Dengan menggunakan petunjuk, buat judul singkat dan konten dari informasi di #1. Cobalah setidaknya 2 pilihan dan cantumkan teks petunjuk Anda di bawah gambar. Dalam file InDesign yang sama dengan #2, tambahkan satu halaman ukuran letter dan tampilkan kedua solusi teks dengan petunjuk Anda.
4. Adobe Express | Dengan menggunakan petunjuk, rancang judul efek teks untuk selebaran tur. Pikirkan tentang warna dan bagaimana tampilan teks pada gambar dari



#2. Cobalah setidaknya 2 opsi dan dalam file InDesign yang sama seperti #2, tambahkan satu halaman berukuran letter dan tampilkan judul grafis yang Anda hasilkan serta cantumkan kata-kata yang diminta di bawah setiap solusi.

5. Adobe Photoshop | Gabungkan gambar dan teks Anda dalam lapisan. Menggunakan pengisian generatif, tambahkan area gambar untuk konten. Perbaiki area judul agar mudah dibaca. Jangan gunakan garis luar dan bayangan jatuh untuk membuat teks mudah dibaca—itu adalah tanda desainer yang gagal. Gunakan keahlian Anda untuk membuat latar belakang berfungsi untuk keterbacaan. Gunakan penyesuaian saturasi dan warna untuk membuat gambar menonjol di halaman. Menggunakan halaman InDesign yang sama yang dibuat di #2, tampilkan karya seni yang telah diperbaiki pada ukuran 17 pica x 22 pica di sebelah gambar asli yang dihasilkan Firefly.
6. Adobe Illustrator | Menggunakan Text to Vector, buat ikon untuk Band Pop. Kemudian tambahkan teks dan beri gaya pada font dengan ikon menjadi logo yang menarik perhatian. Dalam file InDesign yang sama seperti #2, tambahkan satu halaman berukuran letter dan tampilkan ikon yang Anda hasilkan dengan solusi font Anda dan cantumkan teks petunjuk Anda.
7. Ekspor file InDesign dengan membuat PDF berkualitas cetak.



BAB 15

MASA DEPAN DESAIN GRAFIS

15.1 TUJUAN PEMBELAJARAN

Pada akhir bab ini, pembaca akan mampu mengelola gaya modern untuk diterapkan pada menu restoran. Mereka akan mampu menilai desain grafis yang dibuat di seluruh dunia. Siswa akan mampu menyusun kritik desain.



Gambar 15.1 Warna Hanya Perkiraan Dan Mungkin Tidak Tepat.

Desainer grafis harus selalu mengikuti tren di Amerika Serikat dan di seluruh dunia. Beberapa perusahaan menghabiskan waktu dan uang untuk meneliti perkembangan dan perubahan, sehingga ideal bagi desainer grafis untuk mengikutinya. Desain mobil mungkin melengkung, tetapi perlahan dalam empat tahun berubah menjadi bersudut. Desainer fesyen terkenal karena menetapkan gaya. Peritel akan memasarkan produk dengan mencoba menciptakan tren. Perusahaan WGSN menerbitkan laporan tentang tren konsumen dan desain yang tersedia untuk seniman grafis sebagai file PDF yang dapat diunduh. Laporan mereka didasarkan pada data dan pengalaman peramalan.

Seniman komersial harus mencatat sebanyak mungkin penemuan mereka dengan membuat buku catatan atau perpustakaan digital. Mereka mempelajari teknik fotografi terbaru, menemukan keluarga tipografi baru, mencatat tren warna, mengambil sampel tekstur terbaru, dan mencari tahu tentang pendekatan terkini untuk tata letak. Desainer grafis mengintegrasikan elemen 2D konvensional dengan komponen 3D. Tampilan dinamis dan berlapis dari gaya ini dicapai dengan mengintegrasikan desain datar dengan bentuk 3D, animasi, dan teknik tekstur.

15.2 TREN WARNA

Nuansa dan corak warna terus berubah karena begitu banyak industri ingin berada di garis depan tren terbaru untuk menarik pasar sasaran mereka. Desainer grafis memeriksa dan meneliti penggunaan warna terbaru di berbagai industri. Warna adalah pilihan pribadi



sehingga mungkin merupakan elemen tata letak yang paling sulit untuk dipilih. Seniman grafis harus tetap objektif dan memutuskan apa yang ingin dilihat oleh pasar sasaran. Cara terbaik untuk mencapai palet warna yang menarik adalah dengan mempelajari tren warna mode dan interior. Pantone telah menerbitkan Laporan Tren Warna Mode Pantone selama 30 tahun, yang melayani audiens mode dengan menekankan tren warna paling signifikan di setiap musim.

Meningkatnya dampak emosional warna mengubah pendekatan industri terhadap warna dan desain. Pantone telah menata ulang Laporan Tren Warna Mode Pantone agar selaras dengan transformasi ini, dengan memasukkan pendorong warna utama yang menginformasikan pilihan musiman dan mendukung citra visual inspiratif untuk setiap warna teratas dan warna abadi. Diakui selama beberapa dekade sebagai otoritas warna, Pantone® memprediksi tren yang menurut mereka akan populer di tahun mendatang. Ada banyak daftar tren warna di berbagai industri seperti desain interior, pakaian, arsitektur, dan manufaktur. Mereka membuat angka yang sesuai dengan campuran tinta dan juga nama untuk menghadirkan rasa gairah pada warna. Untuk tahun 2025, Pantone® telah memilih sepuluh tren warna mode teratas mereka serta lima warna dan corak yang menurut mereka akan abadi.

Sebagai contoh, warna Pantone® 16-3115 diberi judul *Crocus* yang mereka definisikan sebagai “Harmoni mempesona antara merah muda dan ungu, *Crocus* memancarkan kegembiraan, cinta, dan kesehatan. Warna botani yang menawan, *Crocus* menarik Anda dengan pesonanya yang memikat.” Untuk Pantone® 19-3810 TCX *Eclipse*, mereka menggambarkannya sebagai “Biru yang teduh, *Eclipse* menampilkan aura penting yang kredibel. Terpercaya dan mudah dikenali, *Eclipse* adalah pilar substansi.” Seniman grafis yang mencari laporan tren ini dapat menggunakan nama dan deskripsi tersebut saat presentasi kepada klien mereka.

Menurut juru bicara Pantone Color Institute, Generasi Z sangat menyukai warna-warna cerah seperti hijau neon, biru elektrik, dan merah muda cemerlang. Warna-warna ini menunjukkan aspirasi mereka untuk ekspresi diri dan individualitas. *Coloro* adalah sistem warna inovatif yang membantu industri desain dalam manajemen warna. Mereka diperkenalkan pada tahun 2017 sebagai alternatif Pantone oleh WGSN. Mereka memperkirakan bahwa “*Future Dusk*,” sebuah warna yang terletak di antara biru tua dan ungu, akan mendapatkan popularitas di tahun mendatang. Sistem *Coloro* patut diperhatikan untuk metode warna di masa depan.

Banyak perusahaan di berbagai industri juga telah memilih warna tahunan mereka untuk tahun 2025. *Miniwax* cenderung memilih warna ungu untuk pewarna noda. *Graham & Brown* adalah perusahaan wallpaper Inggris, dan warna tahunan mereka adalah *Elderton* yang merupakan warna cokelat pekat. “*Turbonite*” adalah warna abu-abu dengan nuansa perunggu kekuningan, yang baru-baru ini diperkenalkan oleh perusahaan otomotif mewah *Porsche*. Warna ini dijelaskan sebagai “menekankan hubungan simbiosis antara material dan warna yang dipanen dari bumi.”



Gambar 15.2 Warna-Warna Tersebut Merupakan Perkiraan Dan Mungkin Tidak Tepat.

Sherman Williams® setiap tahunnya memprediksi tren warna untuk tahun-tahun mendatang. Warna-warna yang mereka pilih adalah untuk mengecat interior. Mereka juga mendeskripsikan warna cat mereka. Salah satu warnanya adalah Malabar, yaitu "warna netral krem pasir yang dapat mengubah lingkungan apa pun menjadi tempat yang lembut dan nyaman. Warna ini ideal untuk dipadukan dengan warna-warna hangat yang lembut untuk menciptakan ketenangan dalam beragam estetika desain."

15.3 DESAIN TIGA DIMENSI

Gaya desain grafis yang relatif baru ini memadukan elemen 2D dan 3D tradisional untuk menciptakan kesan berlapis dan multidimensi. Desain tiga dimensi secara digital menghasilkan objek 3D, tekstur, grafik, dan foto yang digabungkan untuk menciptakan kedalaman dan rasa realisme. Gaya ini membuat desain menjadi hidup dengan menggabungkan item 3D dengan latar belakang 2D dan menggunakan sorotan dan bayangan.

Perangkat lunak pemodelan 3D serta program seperti Illustrator dan Photoshop dapat menghasilkan objek yang realistis dan bergaya. Para desainer menggunakannya untuk meningkatkan daya tarik visual komposisi planar dengan menggabungkan tekstur, kedalaman, dan rasa ruang fisik. Ini dapat mencakup elemen tipografi 3D, model realistis, atau bentuk abstrak.

Gaya desain tiga dimensi adalah metode kontemporer dan berdampak visual untuk menyampaikan ide, itulah sebabnya gaya ini sangat populer di industri seperti periklanan, desain web, konten media sosial, dan branding.

15.4 DESAIN MEDIA CAMPURAN

Gaya yang mengintegrasikan berbagai gaya dan teknik visual adalah penggunaan kolase media campuran. Teknik ini berevolusi dari Maksimalisme dan melibatkan penambahan tekstur dan gradien untuk menciptakan efek taktil, pelapisan model 3D di atas foto, dan penggabungan ilustrasi yang digambar tangan. Kombinasi gaya-gaya ini memungkinkan lisensi kreatif yang lebih besar dan dapat membedakan desain dengan menciptakan tampilan taktil dan "buatan tangan".



Gambar 15.3

Desain media campuran memiliki teknik yang sama dengan Maksimalisme, karena kedua metodologi tersebut menggabungkan komponen berlapis, grafik yang mencolok, dan berbagai gaya. Maksimalisme dicirikan oleh konsep "semakin banyak semakin baik", di mana para desainer menggabungkan banyak tekstur, warna, pola, dan gaya dalam satu item untuk menghasilkan hasil yang mewah dan ekspresif secara visual. Media campuran memiliki elemen maksimalisme tetapi berfokus pada integrasi berbagai jenis media, seperti komponen 3D dengan foto atau ilustrasi, daripada sekadar meningkatkan kepadatan visual.

Maksimalisme menekankan penciptaan estetika yang mewah dan megah dengan banyak elemen, sedangkan media campuran berkonsentrasi pada penggabungan beberapa bentuk media. Desain media campuran menawarkan fleksibilitas yang lebih besar, mampu menjadi minimalis atau maksimalis berdasarkan kombinasi elemen. Untuk menghasilkan desain yang khas dan estetis, metode ini menggabungkan beberapa media.

15.5 DESAIN GRAFIS GERAK

Proses penggunaan animasi dan efek visual untuk mengubah gambar statis menjadi visual bergerak dikenal sebagai desain grafis gerak. Untuk menghasilkan gerakan dan adegan realistis untuk berbagai media, seperti televisi, film, dan internet, desainer gerak menggunakan berbagai pendekatan. Animasi interaktif pendek semakin populer dalam desain web dan media sosial, menyegarkan antarmuka pengguna dan konten sosial sekaligus meningkatkan keterlibatan pengguna.

Seniman grafis gerak membangun penceritaan visual dengan perangkat lunak seperti Adobe After Effects. Mereka menggunakan berbagai komponen desain, seperti: Memilih melodi yang melengkapi visual; Menggunakan ukuran, gaya, dan pengaturan waktu font untuk menarik pembaca; dan mengekspresikan emosi, efek, dan suasana hati menggunakan teori warna.

Mereka sering diajarkan desain grafis konvensional, tetapi desainer grafis gerak juga memperoleh kemampuan untuk mengintegrasikan suara, ruang, dan waktu ke dalam karya mereka. Mereka harus memahami cara menghidupkan elemen desain tanpa referensi alami, seperti halnya dalam animasi sel tradisional. Grafis gerak digunakan dalam berbagai proyek, seperti:

- Kredit film dan televisi
- Periklanan dan pemasaran digital
- Desain situs web

- Saluran media sosial
- Trailer dan cuplikan film
- Iklan komersial
- Video promosi
- Transisi layar

Warna-warna cerah, pola geometris, dan gerakan dinamis sering digunakan dalam grafis gerak, yang berbasis informasi. Media campuran juga sering digunakan dalam desain gerak, karena elemen dan tekstur 3D animasi memperkenalkan tingkat interaktivitas baru. Animasi halus elemen 3D dapat meningkatkan keterlibatan dan realisme desain di situs web dan media sosial.

Desain gerak melibatkan integrasi dengan tipografi, menghasilkan teks bergerak yang bereaksi terhadap interaksi manusia atau sinkron dengan pengguliran. Hal ini mengubah teks dari sekadar elemen visual statis menjadi komponen interaktif dari pengalaman pengguna. Nantikan peningkatan efek tipografi dinamis di situs web, aplikasi, dan iklan, di mana tipografi bereaksi terhadap gerakan, status hover, atau rangsangan pendengaran. Permintaan akan bidang desain ini tumbuh lebih cepat daripada pelatihan. NBC memiliki akademi pelatihan yang disebut NBCU dan memiliki inisiatif pelatihan dan pengembangan jurnalisme multi-platform yang inovatif dan gratis yang bertujuan untuk membekali mahasiswa untuk berkarir di sektor media.

Mahasiswa di universitas dan perguruan tinggi afiliasi mendapatkan pengajaran dan pengalaman praktis, bersama dengan akses ke jurnalis terkemuka dan pakar industri dari NBC News, MSNBC, CNBC, dan Telemundo News. Akademi NBCU menyediakan peluang pembelajaran yang menarik dan sumber daya pendidikan untuk membantu para profesional yang baru muncul dan jurnalis berpengalaman dalam memperoleh keterampilan baru dan maju dalam industri berita yang berkembang pesat. Tonton video YouTube yang membahas bagaimana pemirsa berita siaran mengandalkan grafik di udara untuk menempatkan peristiwa hari itu dalam perspektif. Dua direktur kreatif di Artworks—departemen grafis internal teratas di NBC—Sarah Schultz dan Ventura Castro membahas proses mereka untuk membuat keajaiban grafis.



Gambar 15.4

15.6 DESAIN YANG DIHASILKAN AI

Seiring semakin mudahnya akses terhadap teknologi AI, banyak desainer yang meneliti gambar yang dibantu AI atau sepenuhnya dihasilkan AI. Gaya ini memperkenalkan elemen yang khas, terkadang tidak menentu, pada karya digital. Ini adalah gaya desain yang digunakan saat ini tetapi akan berkembang ke berbagai arah. Banyak desainer grafis merasa bahwa pembuatan gambar dan tipografi oleh kecerdasan buatan akan membuka solusi untuk berbagai pendekatan dan memperluas peluang kreatif. Hal ini juga tidak dapat diprediksi karena apa yang dirancang oleh program tersebut bergantung pada perangkat lunak AI.

Masalah lain, atau setidaknya poin yang membuat frustrasi, adalah memasukkan perintah yang sama tidak akan menghasilkan gambar yang sama. Buku ini memiliki perintah yang digunakan untuk menghasilkan gambar, tetapi kata-katanya harus disempurnakan untuk menghasilkan gambar yang ditampilkan. Jika pembaca memasukkan perintah yang sama dengan spesifikasi yang sama, mereka tidak akan mendapatkan hasil yang sama.

Jarang sekali, gambar yang digunakan langsung berasal dari generator AI. Photoshop dan Illustrator digunakan untuk merevisi dan menyesuaikan gambar untuk menciptakan komunikasi yang menarik dan fungsional. Kemungkinan yang ditawarkan AI sangat menarik dan akan menghemat waktu.



Gambar 15.5

15.7 MASA DEPAN TIPOGRAFI

Untuk mengembangkan tipografi yang dihasilkan AI, diperlukan petunjuk yang kreatif dan berpengetahuan. Memahami kebutuhan akan ruang bukanlah kualitas AI. Bahkan ketika diminta untuk menyisakan ruang untuk tipografi dan konten, solusi yang dihasilkan penuh dengan warna, tekstur, dan bentuk.

Alat AI membantu desainer membangun font adaptif yang mengubah gaya, nada, dan bobot sesuai konteks. Tipografi yang ditingkatkan AI dapat beradaptasi dengan gangguan penglihatan tertentu atau kepekaan desain. Tipografi menjadi mudah diakses dan individual. Elemen visual utama sekarang adalah jenis huruf abstrak berskala besar yang dihasilkan AI yang dapat menyampaikan perasaan dan identitas bisnis sebaik gambar.

Di masa depan yang akan datang, font variabel akan memungkinkan desainer untuk memodifikasi bobot, lebar, dan kemiringan font secara instan, memungkinkan tipografi untuk beradaptasi secara dinamis dengan berbagai ukuran layar atau aktivitas pengguna. Kemampuan adaptasi ini meningkatkan fleksibilitas tipografi, yang sangat penting untuk memfasilitasi pengalaman pengguna yang mulus di berbagai perangkat.



Font yang tampak seperti digambar tangan atau tidak presisi juga semakin populer seiring desain menjadi lebih digital dan didorong oleh AI. Desainer mengilustrasikan font untuk menyampaikan keaslian dan menambahkan sentuhan manusiawi. Jenis huruf kustom, yang digambar tangan, atau yang digambar dengan kuas akan tetap diminati, terutama di kalangan merek yang ingin menyampaikan makna pribadi.

Desainer terus menantang norma dengan tipografi avant-garde yang sangat ekspresif dan tidak konvensional. Antisipasi peningkatan font yang khas dan disesuaikan yang mewujudkan identitas merek, yang sering disajikan dalam bentuk yang terdistorsi, terfragmentasi, atau abstrak. Merek, terutama di sektor kreatif, semakin mengadopsi font yang lebih berkarakter dan unik.

Tipografi mungkin menjadi lebih sederhana dan mudah dibaca ketika audiens dibanjiri dengan pesan. Jenis huruf minimalis yang menekankan kesederhanaan dan mendorong font klasik yang mudah dibaca dan berfungsi di berbagai platform mungkin akan menjadi gaya populer lagi. Tipografi dengan cepat melampaui layar datar, karena efek tiga dimensi memberikan kedalaman, realisme, dan kualitas taktil. Mengintegrasikan teks dengan rendering 3D atau menggabungkannya ke dalam desain media campuran meningkatkan keunggulan visualnya, beralih dari format 2D konvensional ke lingkungan multidimensi dan interaktif.

Sebagai media untuk ekspresi praktis dan artistik, tipografi akan terus berkembang dan membentuk masa depan penceritaan imersif dan interaktif, identitas merek, dan desain pengalaman pengguna.

15.8 PROSPEK PEKERJAAN DESAIN GRAFIS

Untuk memilih karier di bidang desain grafis, seseorang harus menemukan kepuasan dalam menciptakan solusi pemasaran yang akan diubah oleh klien mereka. Ini bukan usaha menghasilkan uang seperti menjadi seorang ahli keuangan dan tidak dihormati seperti ilmuwan. Desain grafis adalah industri yang menyenangkan dan terus berubah. Banyak karier menjadi membosankan karena kurangnya tantangan baru — tetapi tidak dengan desain grafis. Lihat saja bagaimana kecerdasan buatan mengubah proses kreatif.

Pada tahun 2023 terdapat sekitar 212.720 desainer grafis yang bekerja di seluruh Amerika Serikat, yang merupakan peningkatan 7% dibandingkan tahun 2022.³ Biro Statistik Tenaga Kerja AS menyusun data pekerjaan untuk berbagai pekerjaan setiap tahunnya. Yang terbaru adalah tahun 2023 untuk desainer grafis, yang tidak termasuk desainer situs web atau desainer grafis lepas.

Profil desainer grafis menurut Biro Tenaga Kerja AS didefinisikan sebagai “Merancang atau membuat grafik untuk memenuhi kebutuhan komersial atau promosi tertentu, seperti kemasan, pajangan, atau logo. Dapat menggunakan berbagai media untuk mencapai efek artistik atau dekoratif.”

Lima negara bagian teratas dengan persentase pekerjaan tertinggi dari angkatan kerja adalah California, New York, Texas, Florida, dan Illinois. Sepuluh kota teratas dengan pekerjaan desain grafis adalah wilayah metropolitan NYC, LA, Chicago, DC, Dallas, San Francisco, Miami,

Boston, Atlanta, dan Seattle. Upah rata-rata per jam untuk kota-kota tersebut dimulai dari yang tertinggi di San Francisco sebesar Rp.458.700 dan terendah di Dallas sebesar Rp.299.100

Lima wilayah non-metropolitan teratas untuk desainer grafis berdasarkan upah rata-rata per jam adalah Colorado Barat Laut dengan Rp.345.400, wilayah non-metropolitan Massachusetts Rp.306.000, wilayah Utara California Rp.305.700, New York Timur Tengah Rp.301.800, dan Vermont Utara Rp.301.200. Wilayah-wilayah ini terletak di dekat kota-kota metropolitan besar dan mungkin memanfaatkan pekerjaan jarak jauh.

Portfolio Building Assignment – Menu and Business Card Design

Portofolio akhir akan menampilkan kemampuan Anda dalam menciptakan pemasaran yang sesuai dengan merek restoran. Kontennya ada setelah instruksi. Hasil akhir akan dicetak dalam 4 warna (CMYK). Gunakan AI untuk membuat gambar.

Desain Menu

1. Teliti desain menu untuk mempelajari alurnya dan untuk mendapatkan inspirasi.
2. Analisis konten yang diberikan. Terdapat banyak kesalahan format dan ejaan yang perlu Anda perbaiki. Semua jenis huruf berukuran sama, yang tidak menyampaikan hierarki visual kepentingan. Informasi tersebar dan dalam urutan yang tidak logis. Tentukan item mana yang perlu memiliki hubungan dan ekspresikan secara visual melalui desain Anda. Hilangkan item yang tidak relevan dengan proyek.
 - a. Tetapkan strategi warna yang juga dapat digunakan dengan desain kartu nama. Buat menu dua sisi dengan empat warna. Desain menu akan berada di kertas ukuran letter dengan bagian depan dan belakang 4/4 (2 sisi) yang merupakan singkatan dari empat warna, CMYK, untuk pencetakan dua sisi.
 - b. Sebelum memulai desain, buat sketsa 6 ide berbeda. Jangan gunakan komputer untuk membuat thumbnail. Buat tata letak yang benar-benar berbeda. Usahakan agar ukuran font terbesar terlihat seperti font sungguhan, bukan tulisan tangan.
 - c. Miliki fokus, jadi jika fokusnya adalah teks, tuliskan bagian tersebut atau jika itu adalah gambar, buat sketsa. Tunjukkan isi teks dengan menggunakan garis tipis dan tunjukkan kata-kata mana yang lebih besar dengan membuat beberapa garis lebih besar dan lebih tebal. Cobalah menambahkan grafik yang digambar secara longgar dan gunakan garis, bentuk, dan tekstur. Tinjau 4 prinsip desain dan 7 aturan desain yang menarik.
3. Berdasarkan thumbnail Anda, pilih satu dan buat draf menu. Untuk bagian ini, gunakan komputer dengan program InDesign.
 - a. Tentukan bagian terpenting dari menu dan pastikan mudah dibaca dan ditemukan. Kemudian tentukan item penting berikutnya dan perlakukan sesuai dengan itu.
 - b. Perhatikan skala, ukuran huruf, dan buat desain mudah dibaca dan tidak terlalu berwarna. Sebagian besar perusahaan tidak ingin menghabiskan persediaan tinta mereka untuk mencetak menu; pencetakan harus dalam format CYMK - bukan RGB atau PMS.

Desain Kartu Nama.

1. Untuk inspirasi, kumpulkan contoh kartu nama yang didesain dengan baik (misalnya, cari contoh di internet dan ambil tangkapan layar).
2. Buat sketsa 4 thumbnail berbeda dengan ukuran ½.
3. Analisis teks yang diberikan di bawah ini. Kemudian di komputer, buat ulang dua thumbnail tersebut di InDesign, Photoshop, atau Illustrator sebagai contoh presentasi.
4. Gunakan logo perusahaan dari Bab 7.
5. Tentukan apa yang perlu ada di kartu nama dan berapa sisi yang perlu dicetak. Desain kartu dengan informasi penting seperti logo, informasi presiden, nomor telepon, alamat, dan mungkin ajakan bertindak atau teks untuk menjual produk. Kartu nama memiliki pilihan bleed atau non-bleed, dicetak 4/0 (1 sisi) atau 4/4 (2 sisi), orientasi vertikal atau horizontal.
6. Berikan PDF berkualitas cetak untuk setiap kartu nama untuk arsip Anda.

Informasi Penting bisnis	
Nama Bisnis:	Restoran Au Bonheur Grand
Jenis/Industri Bisnis:	Restoran
Usia Bisnis:	Baru
Kesan:	Masakan yang trendi
Pemilik:	Phillipe Gunter
Target Pasar:	Pria dan wanita usia 33-55 tahun
Alamat:	101 Argus Blvd, Timbuktu, OK 73111
Telepon:	615/555-1212
Email:	P.Gunter@ABGrand.com
Situs web:	ABGrand.com
Iklan Penjualan	Masakan kami akan membawa Anda dari rasa lapar hingga kenyang

Konten untuk Kartu Nama:	
Info: situs web:	https://www.ABGrand.com (615) 555.1212
Slogan:	Makanan yang membawa Anda dari rasa lapar hingga kenyang.

Daftar Isi Menu:	
Makanan Pembuka:	Tanyakan menu spesial harian
Salad yang Mengenyangkan:	Salad Tuti-Fruiti Hawaii Rp160.000: Seporsi besar sayuran hijau dengan potongan buah yang lezat untuk membangkitkan selera makan Anda
	Salad Pasta Organik Maine Rp.240.000: Ayam kampung, yang dibesarkan di peternakan pribadi, menghiasi pasta bayam segar buatan peternakan ini

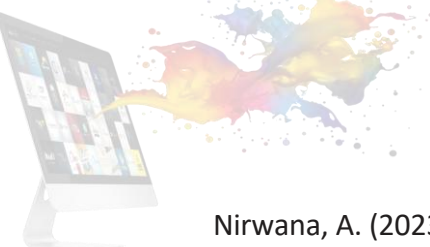
Hidangan Utama	Burger Jamur Under the Rock Rp.160.000: Daging sapi yang diberi makan di peternakan, dipanggang di atas kayu hickory, disajikan dengan saus jamur yang lembut di atas roti ragi.
	Talapia Bawang Out of the Field Rp.200.000: Bawang Vidalia menghiasi ikan putih ringan ini di atas alas bawang, wortel, kacang polong, dan nasi keju Colby.
	Vegetarian Gaya California Rp.210.000: Sayuran kebun organik dan tepung jagung manis menciptakan sensasi bagi lidah.
	Daging Sapi BBQ Gaya Oklahoma 220.000: Daging babi yang direndam dalam saus barbekyu yang tajam, direndam dalam keju feta, diberi taburan bawang putih panggang dan termasuk tumpukan kentang goreng tipis.
	Pizza Gaya New York Rp.240.000: 3 potong besar pizza sourdough yang dilapisi saus Italia yang lezat; daging sapi Kobe dipadukan dengan daging llama Brasil.
	Pasta Panggang Dua Kali Philadelphia Rp.260.000: Ayam suwir tanpa lemak yang ditumis dalam saus mozzarella creamy dan saus tomat basil Italia di atas pasta angel hair.
	Kebab Babi Keju Colón Rp.280.000: Bayangkan daging babi Anda dipadukan dengan biji thyme, keju provolone, dan sayuran segar dari pertanian yang dimasak di atas panggang kayu mesquite.
Hidangan Penutup yang Lezat	Es Krim Goreng Nogales Rp80.000: Dilapisi tepung roti & digoreng hingga berwarna coklat keemasan, kemudian dilumuri saus kaya pilihan Anda: coklat, stroberi, boysenberry
	Meringue Kacang Rebus Montreal Rp.90.000 : Roti asam jeruk yang dilapisi campuran ringan putih telur yang dikocok kaku dan gula, dipanggang hingga renyah.
Kreasi Minuman Air Mancur Rp. 80.000 per item:	Bing, Cherry, Coca Cola, Spearmint, Sprite, Guava, Ginger beer, Peachy, Dr. Pepper
Lihat Daftar Anggur kami untuk anggur California terbaik	
Lihat daftar bir kami untuk bir Amerika dan Eropa terbaik yang tersedia	

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Elfa, M. A., & Dawood, M. E. T. (2023). Using artificial intelligence for enhancing human creativity. *Journal of Art, Design and Music*, 2(2), 3.
- Anggrianto, C., Iswanto, R., Pratomo, E. R., Wardaya, M., Sutanto, S. M., Santoso, A. R., Budi, H. S., Wirawan, J., Indriati, L., & Utomo, P. R. (2024). *AI & Desain: Ancaman Atau Peluang?* Penerbit Universitas Ciputra.
- Balakrishnan, A., & Najana, M. (2024). Ai-Powered Creativity and Data-Driven Design. *SSRN Electronic Journal*, July, 19–39.
- Banh, L., & Strobel, G. (2023). Generative artificial intelligence. *Electronic Markets*, 33(1), 63.
- Barbieri, L., & Muzzupappa, M. (2024). Form innovation: investigating the use of generative design tools to encourage creativity in product design. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 1–20.
- Baudoux, G. (2024). The benefits and challenges of artificial intelligence image generators for architectural ideation: Study of an alternative human-machine co-creation exchange based on sketch recognition. *International Journal of Architectural Computing*, 14780771241253438.
- Bilgram, V., & Laarmann, F. (2023). Accelerating innovation with generative AI: AI-augmented digital prototyping and innovation methods. *IEEE Engineering Management Review*, 51(2), 18–25.
- Buonamici, F., Carfagni, M., Furferi, R., Volpe, Y., & Governi, L. (2020). “Generative Design”: An Explorative Study. *Computer-Aided Design and application*, 18(1), 144–155.
- Cai, A., Rick, S. R., Heyman, J. L., Zhang, Y., Filipowicz, A., Hong, M., Klenk, M., & Malone, T. (2023). DesignAID: Using generative AI and semantic diversity for design inspiration. *Proceedings of The ACM Collective Intelligence Conference*.
- Castro Pena, M. L., Carballal, A., Rodríguez-Fernández, N., Santos, I., & Romero, J. (2021). Artificial intelligence applied to conceptual design. A review of its use in architecture. *Automation in Construction*, 124, 103550.
- Das, S., & Rani, P. (2024). Revolutionizing graphic design: The synergy of AI tools and human creativity. *ShodhKosh:Journal of Visual and Performing Arts*.
- Deng, H., Jiang, J., Yu, Z., Ouyang, J., & Wu, D. (2024). CrossGAI: A Cross-Device Generative AI Framework for Collaborative Fashion Design. *Proc. ACM Interact. Mob. Wearable Ubiquitous Technol.*, 8(1), Article 35.
- Elgammal, A. (2017). Can: Creative Adversarial Networks, Generating “Art” By Learning About Styles and Deviating from Style Norms. *Arxiv Preprint Arxiv:1706.07068*, 6, 2017.



- Fleischmann, K. (2024). Generative Artificial Intelligence in Graphic Design Education: A Student Perspective. *Canadian Journal of Learning and Technology*, 50(1), 1–17.
- Ghimire, R., & Raji, A. (2024). Use of Artificial Intelligence in Design, Development, Additive Manufacturing, and Certification of Multifunctional Composites for Aircraft, Drones, and Spacecraft. *Applied Sciences*, 14(3), 1187.
- González, A. R., Araujo, J. L., & De La Vega. (2020). Design 4.0: The Impact of Automation on Graphic Design. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 8(1), 57–69.
- Grewal, D., Satornino, C. B., Davenport, T., & Guha, A. (2025). How generative AI Is shaping the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 53(3), 702–722.
- Hinton, G. E., Osindero, S., & Teh, Y. W. (2006). A fast learning algorithm for deep belief nets. *Neural Computation*, 18(7), 1527–1554.
- Hutson, J., & Cotroneo, P. (2023). Generative AI tools in art education: Exploring prompt engineering and iterative processes for enhanced creativity. *Metaverse*, 4(1), 14.
- Ismah, N. (2024). Literatur review: Kecerdasan Buatan dalam Desain Grafis -Menavigasi Peluang dan Tantangan di Era Digital. *Syntax Admiration*, 5(10), 4286–4293.
- Jain, P., Kumar, D., & Chaudhary, V. (2020). Artificial Intelligence in Graphic Design: Future Trends. *International Journal of Emerging Technology and Advanced Engineering*, 10(6), 113–119.
- Koshman, V. D., & Gil, S. V. (2022). Generative design in solving applied practical design problems. *Graphic Education in Higher Education*, 71–76. Li, H., Xue, T., Zhang, A., Luo, X., Kong, L., & Huang, G. (2024). The application and impact of artificial intelligence technology in graphic design: A critical interpretive synthesis. *Heliyon*, 10(11), 1–20.
- Li, J., Cao, H., Lin, L., Hou, Y., Zhu, R., & El Ali, A. (2024). User experience design professionals' perceptions of generative artificial intelligence. *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.
- Lopez, C. E., Miller, S. R., & Tucker, C. S. (2018). Exploring Biases Between Human and Machine Generated Designs. *Journal of Mechanical Design*, 141(2).
- Luusua, A., & Ylipulli, J. (2020). Artificial Intelligence and Risk in Design. *Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference*, 1235–1244.
- Meron, Y. (2022). Graphic design and artificial intelligence: Interdisciplinary challenges for designers in the search for research collaboration. *Design Research Society*.
- Messer, U. (2024). Co-creating art with generative artificial intelligence: Implications for artworks and artists. *Computers in Human Behavior: Artificial Humans*, 2(1), 100056.
- Mustafa, B. (2023). The impact of Artificial Intelligence on the graphic design industry. *Res Militaris*, 13(3), 243–255.

- 
- Nirwana, A. (2023). Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: A Thematic Review and Practical Exploration. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 85–112.
- Rueda-Arango, Y. D., Rojas-Velazquez, D., Gorelova, A. V., & Lopez-Rincon, A. (2024). Exploring Human Perception of AI-Generated Artworks. 2024 IEEE International Symposium on Technology and Society (ISTAS).
- Santoso, J. T. (2023). Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). Yayasan Prima Agus Teknik.
- Satrinia, Dwina., dkk. (2023). Potensi Artificial Intelligence dalam Dunia Kreativitas Desain. *Journal of Informatics and Communications Technology (JICT)*. 5(1), 1-10. DOI: 10.52661.
- Smith, J. (2023). The impact of artificial intelligence on graphic design: Trends and innovations. *Journal of Digital Design*, 29(2), 45-59.
- Sutrisno, D., Susanti, A., & Hermanto. (2023). Mengoptimalkan pembelajaran: Peran transformasi AI dalam dunia pendidikan. *Mutiara Intelektual Indonesia*.
- Tholander, J., & Jonsson, M. (2023). Design ideation with ai-sketching, thinking and talking with Generative Machine Learning Models. *Proceedings of the 2023 ACM Designing Interactive Systems Conference*.
- Uludüz, Ç., & Aydın, Ç. (2022). Machine as the designer of generative solutions in chair design. *Journal of Computational Design*, 3(1), 81–104.
- Wang, L., Zhang, Z., Wang, D., Cao, W., Zhou, X., Zhang, P., Liu, J., Fan, X., & Tian, F. (2023). Human-Centered Design and Evaluation of AI-Empowered Clinical Decision Support Systems: A Systematic Review. *Frontiers In Computer Science*, 5, 1187299.
- Zhang, L., & Chen, X. (2017). Style transfer for artistic image generation. *IEEE Transactions on Multimedia*, 19(10), 2341-2350.



DESAIN GRAFIS pakai AI (Artificial Intelligence)

Dr. Mars Caroline Wibowo. S.T., M.Mm.Tech

Bio Data Penulis



Penulis lahir di Semarang pada tanggal 1 Maret 1983. Penulis menempuh pendidikan Sarjana Teknik Elektro di Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW), lulus tahun 2004, kemudian tahun 2005 melanjutkan studi pada Magister Desain di Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Teknologi Bandung (ITB), dan kemudian melanjutkan studi pada program studi

Teknologi Multimedia di Swinburne University of Technology Australia. Penulis sejak tahun 2010, menjadi dosen pada program studi Desain Grafis Universitas Sains dan Teknologi Komputer (Universitas STEKOM), memiliki Jabatan Akademik Lektor Kepala 700. Penulis juga seorang wirausaha di bidang toko online yang berhasil di kota Semarang dan juga aktif sebagai freelancer dalam bidang fotografi, web design dan multimedia.



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :

YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-634-7227-80-5 (PDF)



9

786347

227805