

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Balap Liar

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, arti dari kata balap adalah kegiatan beradu kecepatan dengan jarak yang telah ditentukan dan aturan yang telah disepakati. Umumnya kegiatan balap dilakukan menggunakan kendaraan seperti sepeda motor ataupun mobil. Sedangkan liar memiliki arti tidak tertata dan tidak teratur. Dapat disimpulkan bahwa, balap liar merupakan kegiatan beradu kecepatan kendaraan baik sepeda motor ataupun mobil yang dilakukan kedua belah pihak secara tidak beraturan.

2.2 Dampak Balap Liar

Dikutip dari situs resmi kepolisian tribratanews.kepri.polri.go.id, balap liar memiliki banyak sekali dampak negatif. Seperti, menghambat kelancaran jalan raya, terganggunya ketenangan masyarakat akibat suara knalpot, memicu adanya kasus tawuran antar kelompok geng motor, terciptanya ajang perjudian, meningkatkan angka kecelakaan lalu lintas, hingga yang terberat adalah dapat menghilangkan nyawa (Kasim, 2021).

2.3 Kampanye

Kampanye merupakan suatu proses berkomunikasi yang dilakukan dengan tujuan menyebarkan pesan penting yang sangat diperlukan oleh masyarakat. Menurut Rogers dan Storey (1987), kampanye merupakan segala bentuk komunikasi yang telah direncanakan yang bertujuan untuk menciptakan pengaruh tertentu pada sebagian besar masyarakat yang dilakukan pada waktu yang telah ditentukan dan dilakukan secara berkelanjutan.

Menurut buku *Communication Campaign* karya Rogers, E. M., dan Storey J. D, *campaign* atau kampanye merupakan rangkaian tindakan komunikasi yang telah direncanakan dan bertujuan untuk menciptakan suatu pengaruh pada sebagian besar

kelompok yang dilakukan secara berkelanjutan pada jangka waktu yang telah ditentukan (Rogers & Storey J. D, 1987).

2.4 Media

Dikutip dari situs dosenpendidikan.co.id, definisi media menurut (Bovee, 1977) berarti sebuah alat yang berfungsi untuk menyampaikan suatu pesan. Sedangkan menurut (Sadiman, 2002) Definisi media yaitu, semua yang dapat dipergunakan untuk mengirim suatu pesan kepada audiens, sehingga dapat mempengaruhi pikiran, perhatian, dan juga minat sehingga dapat menciptakan proses belajar. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, pengertian media yaitu suatu bentuk perantara yang di gunakan untuk menyampaikan pesan kepada para target audiens.

2.5 Elemen Visual

- Media kampanye umumnya akan selalu berjalan beriringan dengan visual, hal tersebut juga menjadi salah satu faktor utama terbentuknya desain grafis. Dalam kaitan antara media kampanye dan juga desain grafis, mempunyai tujuan tertentu yaitu meningkatkan perhatian target sasaran terhadap pesan-pesan kampanye yang ingin disampaikan. Desain grafis mempunyai beberapa elemen dasar yang berhubungan satu sama lain, namun setiap elemen desain memiliki sifat dan karakter yang berbeda-beda yang bergantung pada penerapan dan pengaplikasian elemen desain tersebut.

2.5.1 Unsur desain

ketika melakukan desain atau perancangan visual, terdapat beberapa elemen desain yang harus di perhatikan agar desain tersebut dapat menyampaikan informasi secara memadai. adapun beberapa elemen tersebut mencakup Garis, Tekstur, Warna, dan Bentuk. Elemen desain adalah salah satu faktor penting dalam menciptakan visualisasi yang menjadikan suatu desain menjadi media komunikasi yang efektif. (Landa, 2014)

1. Garis

Garis merupakan sebuah elemen visual yang menghubungkan antara sebuah titik dengan titik yang lain sehingga terciptanya suatu garis baik vertikal,

horizontal, dan melengkung. Garis juga bisa memberikan kesan bergerak pada suatu karya visual dalam upaya menyampaikan suatu informasi.

2. Bentuk

Bentuk merupakan suatu elemen visual yang mempunyai dimensi panjang dan lebar yang direpresentasikan dengan cara menyusun titik dan garis dengan kerapatan tertentu. Bentuk juga dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu bentuk geometris atau beraturan dan bentuk non-geometris atau tidak beraturan. Bentuk beraturan adalah bentuk yang tersusun rapi secara konsisten sehingga bentuk tersebut tetap simetris dan stabil. Sedangkan bentuk tidak beraturan adalah bentuk yang bagiannya tidak serupa dan tidak konsisten sehingga bentuk ini terlihat tidak stabil. Bentuk berguna untuk merepresentasikan sebuah objek dan meningkatkan daya tarik para audiens terhadap suatu karya visual.

3. Warna

Warna adalah gambaran dari suatu energi cahaya, warna dapat terlihat karena terdapat cahaya pada suatu objek. Warna terbagi menjadi dua bagian, yaitu warna RGB yang biasanya terbentuk dari cahaya pada media digital dan juga warna CMYK terbentuk dari warna yang dihasilkan oleh media-media cetak seperti cat dan tinta, selain itu warna juga dapat menciptakan kesan pada suatu desain. Biasanya warna RGB digunakan pada desain visual yang menggunakan media digital, sedangkan warna CMYK digunakan pada desain visual yang menggunakan media cetak atau *print*

4. Tekstur

Tekstur merupakan suatu bentuk visualisasi dari sebuah permukaan yang bisa dirasakan melalui sentuhan-sentuhan sehingga terciptanya suatu kesan tertentu. Nyatanya, tekstur umumnya dikenal sebagai corak yang terdapat pada suatu objek.

2.5.2 Ilustrasi

Ilustrasi pada suatu karya desain memiliki fungsi untuk memperjelas penyampaian informasi melalui suatu desain, sehingga para target audiens dapat

menerima informasi yang terkandung dalam desain dengan baik. Ilustrasi merupakan sebuah karya seni berbentuk gambar yang memberikan penjelasan dari suatu tujuan, contohnya seperti pada cerita pendek (Soedarso, 1990). Menurut pendapat para ahli lainnya, ilustrasi juga merupakan sebuah gambar yang memiliki hubungan dengan seni rupa. Ilustrasi juga mempunyai fungsi untuk menjelaskan arti yang terkandung dari sebuah tulisan, sehingga dapat membantu para audiens untuk memahami maksud dari tulisan tersebut (Rohidi, 1984).

Ilustrasi memiliki fungsi sebagai media untuk menyampaikan suatu maksud dan tujuan tertentu untuk menarik perhatian khalayak. Ilustrasi juga bertujuan sebagai media untuk membawa informasi yang dapat memperjelas suatu pesan, agar lebih mudah untuk diterima sehingga setiap informasi yang disampaikan dengan menggunakan media ilustrasi dapat dipahami dengan mudah oleh khalayak.

2.5.3 Tipografi

Tipografi dalam desain memiliki fungsi yang sangat penting, yaitu sebagai elemen untuk menyampaikan suatu informasi melalui tulisan sehingga informasi tersebut mudah untuk dibaca. Tipografi dalam desain komunikasi visual meliputi pemilihan bentuk huruf, ukuran huruf, serta bagaimana cara menyusun huruf-huruf agar menjadi kata serta kalimat yang sesuai dengan karakter pesan yang ingin disampaikan.

Dalam tipografi terdapat suatu elemen dasar yaitu huruf yang terbentuk dari perkembangan tulisan tangan. Tipografi juga mempunyai beberapa prinsip yang sangat berpengaruh terhadap suatu desain, prinsip-prinsip tersebut meliputi:

1. **Legibility** adalah tingkat kemampuan mata untuk mengenali sebuah huruf tanpa adanya kesulitan (Sihombing, 2001). Teori *legibility* meliputi beberapa aspek, seperti *x-height*, *counters*, ketebalan, lebar huruf.
2. **Readability** adalah penggunaan huruf dengan cara memperhatikan tentang sesuai tidaknya hubungan antar huruf pada suatu bacaan sehingga suatu bacaan mudah dipahami (Harjasujana, 1996).

3. **Visibility** adalah kemampuan huruf pada suatu desain dapat terbaca baik dalam jarak dekat maupun jarak jauh. Tentunya setiap huruf pada suatu desain memiliki batas jarak keterbacaan, oleh karena itu huruf yang digunakan pada suatu perancangan visual, khususnya tipografi harus bisa terbaca dan mampu untuk menyampaikan informasi dengan baik.
4. **Clarity** adalah kemampuan huruf pada suatu karya agar mudah dipahami dan dimengerti oleh target audiens sehingga mereka bisa dengan mudah menerima informasi dengan baik. *Clarity* dipengaruhi oleh beberapa aspek desain, aspek-aspek tersebut meliputi warna, *visual hierarchy*, dan lain-lain.

2.1.3 Copywriting

Copywriting adalah metode penggunaan bahasa yang memiliki tujuan sebagai upaya untuk mempromosikan sesuatu serta dapat menarik perhatian target audiens.

Copywriting memiliki peran yang sangat penting dalam suatu desain, dengan adanya *copywriting* diharapkan para target audiens menjadi tertarik dengan informasi yang akan disampaikan, serta dapat menahan mereka agar tetap menyimak informasi sampai selesai. Berikut adalah bagian – bagian *copywriting* dalam sebuah media:

1. **Headline**

Headline adalah unsur desain yang paling pertama akan dilihat oleh para target audiens. Oleh karena itu, *Headline* yang akan menentukan tertarik atau tidaknya target audiens dalam membaca informasi yang diberikan.

Maka dari itu peran pembuatan *headline* sangatlah penting agar bisa menarik para target audiens.

2. **Sub Headline**

Sub headline berfungsi mengalihkan pembaca dari judul (*headline*) menuju kalimat isi dari sebuah informasi. *Sub headline* adalah kalimat lanjutan dari *headline* yang menjelaskan pesan yang terkandung pada *headline*, sehingga para target audiens bisa lebih memahami lebih dalam tentang maksud dari *headline* itu sendiri dan umumnya *sub headline* memiliki ukuran huruf yang lebih kecil.

3. *Bodycopy*

Bodycopy merupakan bagian dari *copywriting*, yang bertugas menjelaskan informasi yang dikirimkan secara rinci. Konten yang ditulis dengan baik diharuskan mampu membuat audiens penasaran dan tertarik sehingga mereka tertarik untuk membaca secara keseluruhan.

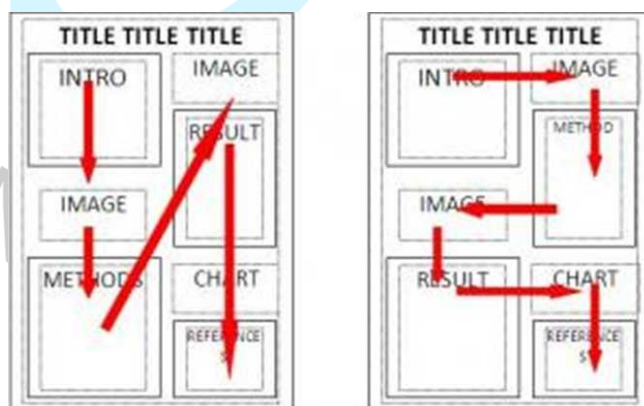
4. *Closing Word / Epilog*

Closing word atau kalimat pendek yang disusun pendek dan jelas dan biasanya dimaksudkan untuk mengarahkan penonton ke kesimpulan sebuah karya visual. Epilog juga dapat berupa informasi penjualan, alamat dan informasi produk.

2.1.4 Layout

Menurut (Christine.S, 1999) menyatakan bahwa *layout* merupakan suatu usaha untuk mendapatkan kesan visual yang menarik dan komunikatif dengan cara menyusun serta menggabungkan beberapa elemen desain pada suatu karya visual. *Layout* memiliki tujuan untuk membuat sebuah karya visual atau media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan pada masyarakat. Berikut prinsip - prinsip layout yaitu:

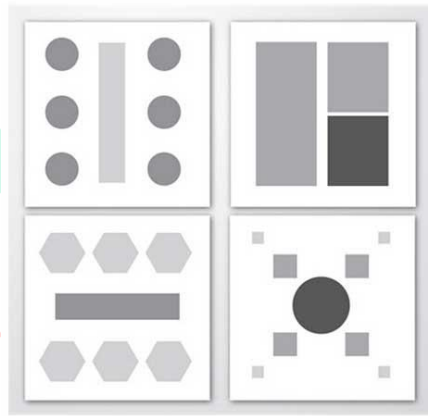
1. Alur Baca (*Movement*)



Gambar 2 1 Prinsip Alur Baca

Alur baca (*movement*) dirancang oleh para desainer grafis secara terstruktur, yang bertujuan untuk memandu para audiens untuk menentukan arah membaca dari suatu bagian ke bagian lainnya dalam memahami sebuah informasi. Alur baca yang baik juga membuat pembaca secara otomatis akan mengarahkan fokusnya sesuai dengan yang kita inginkan.

2. Keseimbangan (*Balance*)



Gambar 2 2 Prinsip Keseimbangan

Keseimbangan simetris terjadi pada saat keseimbangan komponen visual terjadi secara horizontal maupun vertikal, Gaya ini biasanya menggunakan dua elemen yang terletak pada jarak dan tempat yang sama seperti pada cermin. Adapun keseimbangan asimetris terjadi pada saat komponen visual dari elemen visual yang terusun tidak rata, tetapi masih tetap terlihat seimbang. Gaya ini memanfaatkan prinsip visual yaitu kontras, warna, serta titik yang tersusun dengan teratur.

3. Penekanan (*emphasis*)



Gambar 2 3 Prinsip Penekanan

Suatu teknik yang digunakan untuk menekankan titik fokus audiens kepada komponen visual seperti gambar, judul teks pada tata letak suatu desain. Penekanan dibuat dengan cara memperbesar, mempertebal, serta membuat suatu perbedaan pada komponen visual, sehingga membuat lebih menonjol dari komponen visual lainnya.

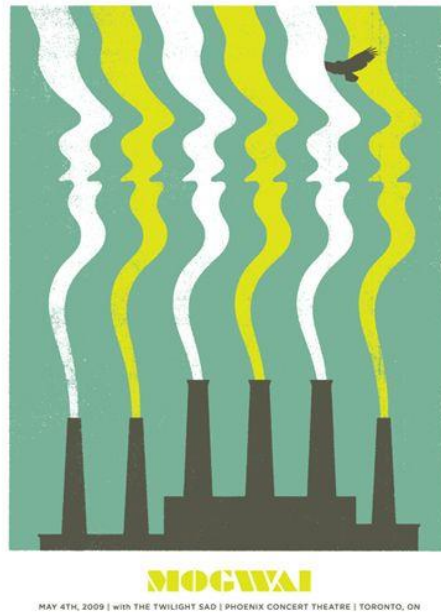
4. Kesatuan (*unity*)



Gambar 2 4 Prinsip Kesatuan

Unity dalam suatu karya desain berfungsi untuk menyatukan beberapa gambar menjadi sebuah elemen visual sehingga menciptakan keselarasan visual yang seimbang.

5. Ritme (*rhythm*)



Gambar 2 5 Prinsip Ritme

Ritme adalah pola desain yang terbentuk dari beberapa elemen secara berulang. Pengulangan elemen visual secara konsisten serta variasi bentuk, ukuran, posisi dapat membuat sebuah desain terkesan lebih menarik.